تحويل الكتاب لمنتجات

Transforming a reading book into products

2020



أن المنتج يستمد قيمته من النبض الذي شكلت له (ريشة المصمم أو عدسة المصور أو أنامل النحات أو راسم منحنيات المنجور)، فقيمته عما انطوت عليه من «مشاعر» لا ما تمخض إليه من منتج فيزيائي، فالرواية، أو الكتاب الفكري أو التاريخي، أو العلمي، أو الهندسي، أو الادبي، أو في أصول العقيد، أو الفقه.. جميعها قابل لأن تتحول لمنتجات ومشاريع.

د.زهير منصور المزيدي

المؤسسة العربية للقيم المجتمعية
Arab institution for social values
Almazeedi Dr. Zuhair
00965-99290092(M)
www.ZUMORD.net
www.qeam.org
zumord123@gmail.com
Kuwait

الفهرس



صورة غلاف الكتاب 2018

إصدارات: مؤسسة الاعلاميون العرب

2020

www.zumord.net

www.qeam.org

بسم الله الرحمن الرحيم

لماذا قهوة زهير( ) وما علاقتها بتحويل الكتاب المقروء لمنتجات؟

ذلك لأمرين:

الأول - لتشـــبيه عملية إنجاز ذلك، والتي لا تســـتغرق وقتا طويلا، فهي كتحضـــير القهوة في مقاهي «كوستا» الشهيرة.

الثاني - ذلك أنني من عشـــاق مذاق قهوة «كوســـتا» ولن تتمكن إن لم تعشـــق ما تتعاطاه من كتاب، في تحويله لمنتجات، فلا بد أن تكون أولى خطواتك في التحويل «رابطة مشـــاعرية ما مع كتابك هذا»

أنواع الكتب:

نعم، فجميع أنواع الكتب مرحب بها، طالما كانت تعزز للتنمية والبناء المعرفي الايجابي وتأهل له وتحد من المعرفة السلبية وتنبذ لها.

فالرواية، أو الكتاب الفكري أو التاريخي، أو العلمي، أو الهندسي، أو الادبي، أو في أصول العقيد، أو الفقه.. جميعها قابل لأن تتحول لمنتجات ومشاريع.

ولكن كيف؟

أولا: إن الهضـــم الوافي للمفهوم الذي يعزز له الكتاب الذي بين يديك أصـــل في عملية التحويل هذه، فلا يصـــلح أن نحول كتابا قرأناه قراءه ســـريعة، أو اطلعنا على ملخص له، أو حدثنا عنه آخرون.

ثانيا: قد يكون التحويل ضـــمن كلمة، أو مصـــطلح، أو عبارة، أو فقره تضـــمنها كتابك هذا، ما يجعلك متحفزا في التقاط تلك الكلمات والعبارات، ولكن، وفق «المفهوم» والســـياق، الذي جاءت عليه من دون تحريف.

ثالثا: كل الترحيب يكون مع ما تشـــع به تلك الكلمات والعبارات من ظلال، فلربما اعتمدت الظلال في التفريخ لمنتجاتك.

رابعا: لآلية انتزاع وتشـكيل المنتجات من تلك الفقرات والعبارات «أدوات» يحسـن أن تلم بها قبل بدئ تشغيل عملية خط الانتاج.

خامســـا: ثمة خط للإنتاج، تلونه من مذاقك أنت، ومذاقك يرشـــف مما تعرض اليه عقلك من (خبرات، وقراءات، ومهارات، وفعلت من حواس)

سادسا: لابد أن تعلم من أن المنتج يستمد قيمته من النبض الذي شكلت له (ريشة المصمم أو عدسة المصور أو أنامل النحات أو راسم منحنيات المنجور)، فقيمته عما انطوت عليه من «مشاعر» لا ما تمخض إليه من منتج فيزيائي.

سابعا: اعلم من أن «المشاعر» قابلة للانتقال عبر ظرفي الزمان والمكان، فأنت عبر خط إنتاجك هذا، تمد في حياة مشاعر الكاتب، كي تجعلها معاينة في زماننا ومكاننا، بالرغم من أن الكاتب قد ووری جثمانه التراب.

ثامنا: وهذا ما يعزز لصفة «مد الحياة» فيجعل من الاعمال الادبية عمرا لا ينتهي بعمر الانسان القصير، لذا بعملك هذا أنت تمد في حياة الكاتب من جهة، والفكر الذي أطلقه من جهة أخرى.

تاسعا: مما ستنتجه من منتجات أو مشاريع، سيكون معبرا بنسب متفاوتة مع ما أطلقه الكاتب من معالم أو أفكار، فرب منتج يكون أكثر تعبيرا عن منتج آخر فيما أراد أن يعبر عنه الكاتب أو الكتاب.

عاشرا: اعلم بأن ثمة آخرون، أيضا يقومون بعملية تحويل ذات الكتاب لمنتجات، فاجتهد فيما تعبر عنه كي يكتب لك السبق في التعبير فالانتشار، ولربما كان كاتب الكتاب سببا في إغنائك ماليا، مع إننا قد نجده مات معدما! واستحضر إن شئت إدسون، مخترع المصباح الذي لم يكن له حض من أسهم شركة جنرال إلكتريك شيئا! فتلك مما سردناه من معايير عشرة كاملة.

آلية التحويل:

1- بعد عملية الانتهاء من القراءة الاولى للكتاب، وتكون قد أعجبتك بعض مما يطرحه سواء من أفكار، أو عبارات، أو فقرات، أو حتى كلمات، أحصر تلك الفقرات والعبارات والكلمات في قائمة كما يلي:

تسلسل (صفحة)	الفقرة	العبارة	المصطلح	الفكرة
15	....	....	....	....
24				

2- اعمد إلى تحليل «Brake down» لكل عمود من تلك الاعمدة، بما قد يفضي عن كلمات أو فكره أو ذو علاقة مع عناصر أخرى.

3- ارسم مسارا مما تختاره من نتائج التحليل في (2)، مع كل عنصر تم اختياره من قبلك والمسار يكون كما يلي:

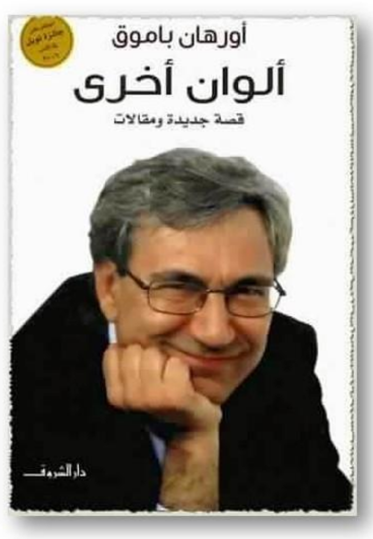


4- اعتمد «أدوات التحويل» راجع (كتاب تحويل القيم لمنتجات، للمؤلف)، في تحويل العنصر الذي اخترت لمنتج أو مشروع.

والآن مع نماذج عملية من الكتب:

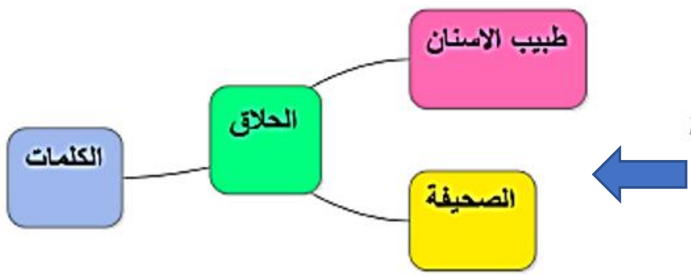
ثمة نماذج تعزز لرواية ما، يتم من خلالها تحويل شخصيات الرواية لمنتجات في مثل ما نلاحظه بعد كل فيلم كرتوني لدزني، حيث يتم طباعة رسوم شخصيات الفيلم على القمصان والقبعات والاكواب للبيع، ولكننا لسنا بذات صدد هذا المسار، ذلك أن مسارنا سيعتمد أسلوبا يكون محوره «الفكرة» التي أراد الكاتب أن يعبر عنها أو يبشر بها، أو ربما في تحفيز الآخرين من أجل تناول ذات الكتاب من أجل قراءته وتناول ما استعرضه الكاتب من فكر.

كتابنا الاول «حائز على جائزة نوبل»



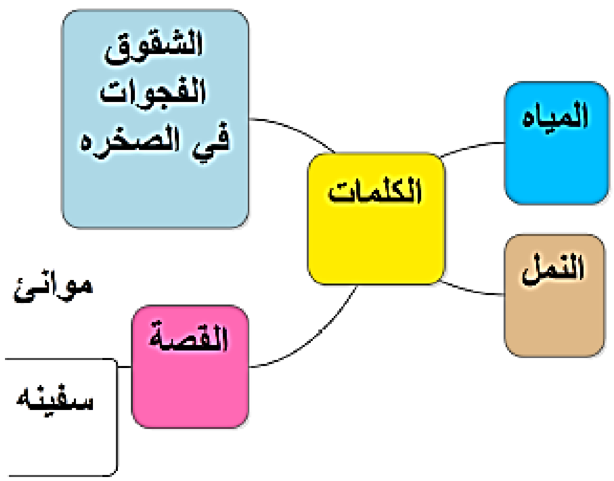
ص 83 أورهان "ألوان أخري" : ولكن عندما كنت طفلا ، كان يخيفني من الحلاقين أنهم كانوا بإمكانهم إستخراج الكلمات من أفواهنا بمهارة مثلما ينتزع أطباء الاسنان ضروسنا وينشرونها بسرعه مثل أية صحيفة

مقال "الحلاقين" : أدركت أن الحلاق الذي يحلق لك بصمت دون إستخراج كلمة من فمك أو يشارك في أي ترتره سياسية أو محلية ولا يلعن أحد ليس حلاقا علي الاطلاق

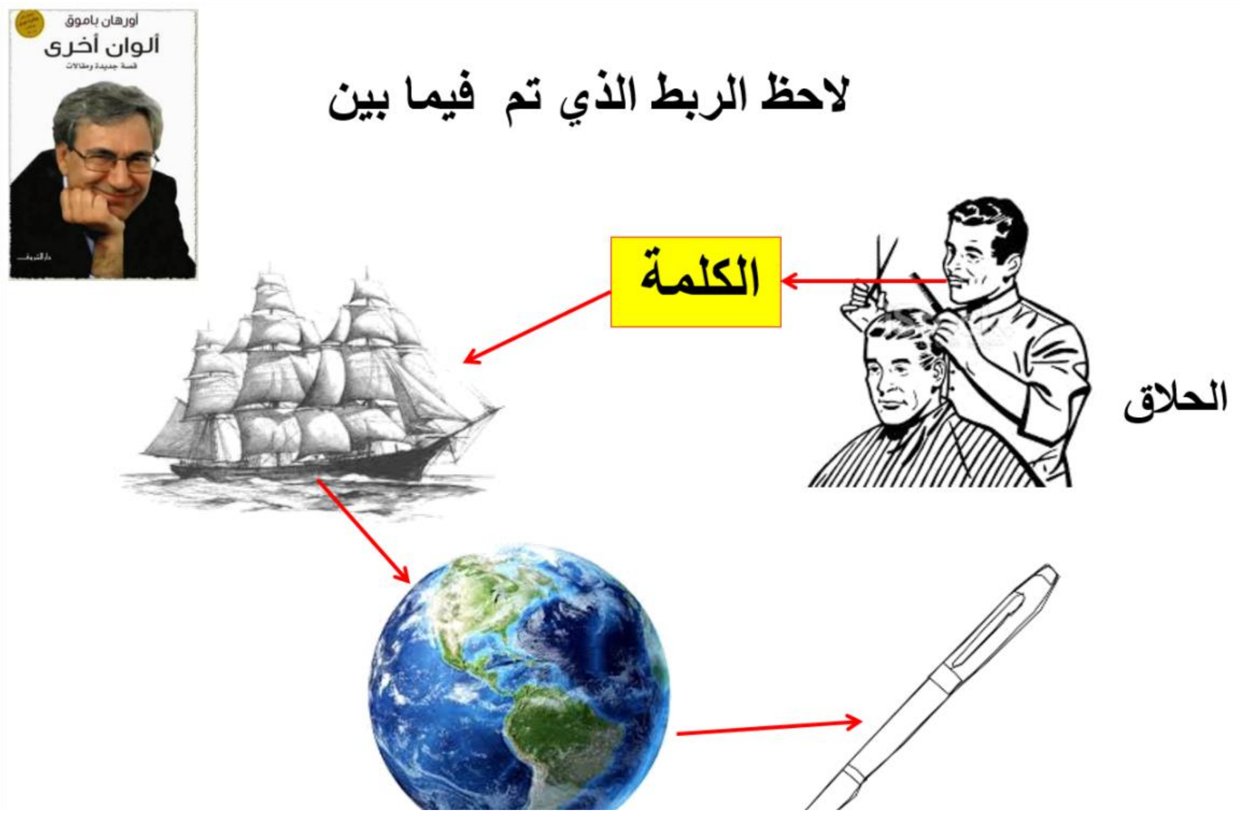


ص 130 : لان الكلمات وأعمال الادب التي تصاغ منها هي بمثابة المياه أو مثل النمل لا شيئ يمكن أن يتخلل الشقوق والحفر والفجوات الخفية للحياة بسرعه ويعمق كما تفعل الكلمات

ص 20 : قسمت القصة التي أريد أن أحكيها الي أقسام وقررت أيه موانئ سوف تزورها سفينتي وأيه أحمال سوف تحملها وتنزلها طوال الطريق



عملية تحويل النص لمسار



والآن ...كيف يمكن صياغة منتجات من هذا الكتاب؟

- ثمة أسلوب تقليدي «غير مبدع» وآخر «إبداعي»
- فنحن لسنا بصدد التقليدي وليس بالضرورة الابداعي الذي قد يضل الطريق بإبداعه فلا يحسن إيصال الرسالة عبر ما أنتجه.
- ما يلي تطبيق تقليدي وإن كان جميلا



وثمة الجانب الابداعي





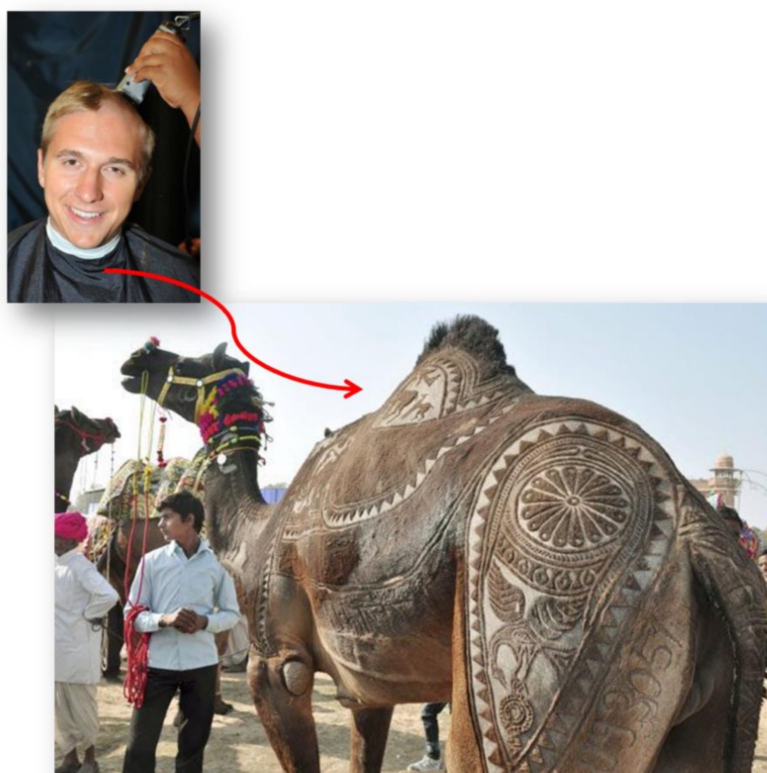
ستعمد في التحويل للرمزين (الحلاق، السفينة، الكلمة) فهذا الشكل على سبيل الثمال رمزا يتخذه الحلاقون أمام محالهم لإعلام الجمهور بمهنتهم كحلاقين.

وفيما يلي تعابير تحويلية أخرى.


Yankee Clipper


الموانئ

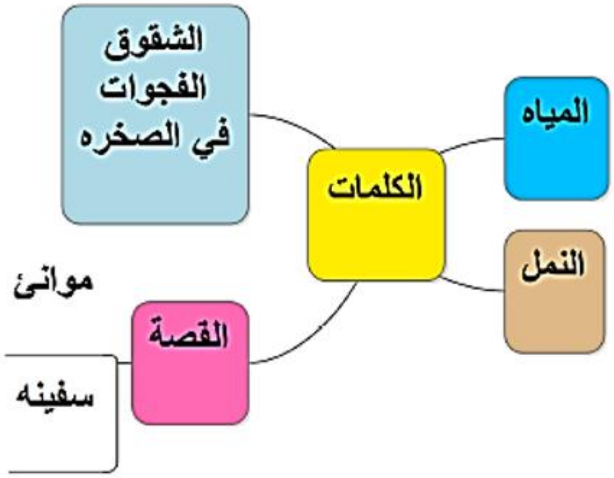




حلاقة شعر الجمل

ص 130 : لان الكلمات وأعمال الادب التي تصاغ منها هي بمثابة المياه أو مثل النمل لا شيئ يمكن أن يتخلل الشقوق والحفر والفجوات الخفية للحياة بسرعه ويعمق كما تفعل الكلمات

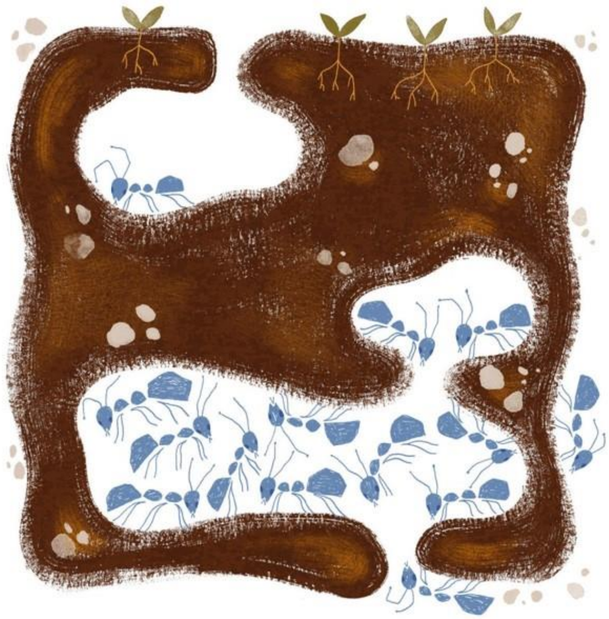
ص 20 : قسمت القصة التي أريد أن أحكيها الي أقسام وقررت أيه موانئ سوف تزورها سفينتي وأيه أحمال سوف تحملها وتنزلها طوال الطريق



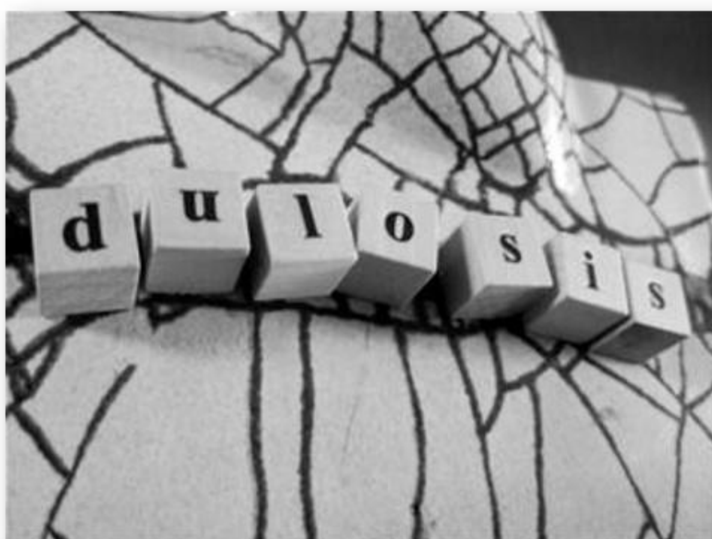
ابتكر منزلا للإنسان مسطوحا من بيوت النمل، تكون فيه من الميزات ما يفتقد اليها منازل البشر







عبر توليف لعبة تشكيل العبارات المناسبة أو الكلمة المناسبة ضمن تشققات الرمال، ما يتم الاعتماد على الاحتمالات في مسار للماء فيما بين التشققات الرملية.

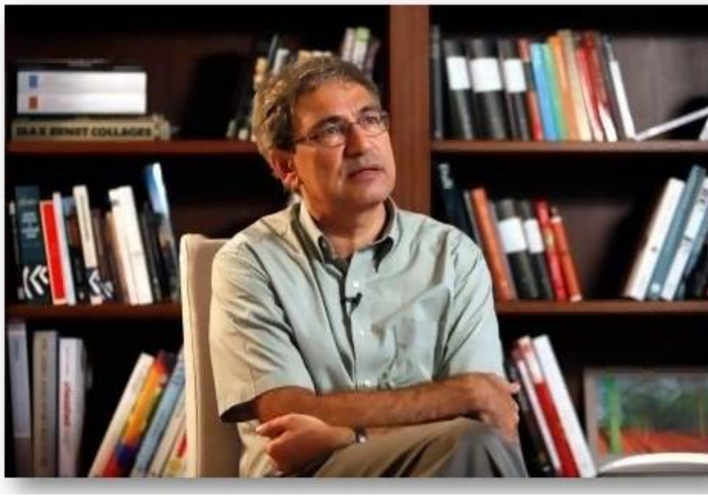


تجدر الإشارة

- إلى أن الامر من الممكن أن يتطور ليصل إلى مبنى يأخذ اسم الكتاب أو
- معرض يفضي فيه كل دهليز إلى فصل أو باب من أبواب الكتاب

- وربما نحو منتزه بأكمله أو حتى قرية، وما نموذج «والتدزني» إلا صورة مصغره لما كان يجول في عقل «والت دزني» ذاته.

والآن فمن هو أورهان؟ وكيف تعامل من دشن له متحفا في تركيا مع مؤلفاته؟



أورهان باموق، تركي الأصل



المنزل الذي دشن في إسطانبول لاستعراض الشخصيات والأدوات التي كانت تدور من حولها أحداث القصص التي كان يؤلفها أورهان



بعض مما كان يشير اليه في رواياته من أدوات



بعض مما كان يشير اليه من مفاتيح في رواياته



حتى مع أعقاب السجائر التي كان يدخنها جعلوا لها زاوية، حيال الفصل أو الشخصية التي كان يستعرض أحداثها حينما كان يكتب

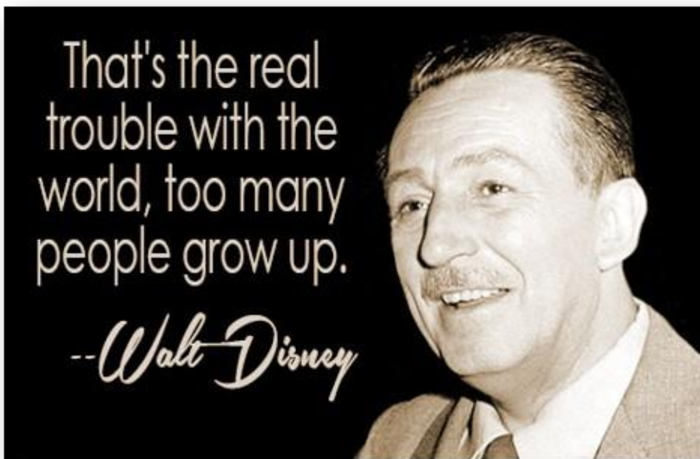


المتحف

ولكننا لسـنا مع هذا النوع من التحويل، فما اسـتعرضـه متحف أورهان لم يكن تحويلا لأفكار الكاتب أو أحداث ما كان يدور في رواياته الى منتجات، وإنما انحصرت في استعراض أدوات كان لها مواضع ضمن رواياته.

والآن مع مثالنا التالي، الذي قدم لنا نموذجا حيال تحويل الأفكار والمؤلفات الى منتجات، وذلك هو والت دزني الأمريكي.

فقد عمد في عملية التحويل لجعل الاسرة هي المحور الأساسي





شخصيات والت دزني



فندق والت دزني بإدارة شخصيات من تأليفه



جعل للمركبات حواس السمع والابصار والقدرة على الكلام



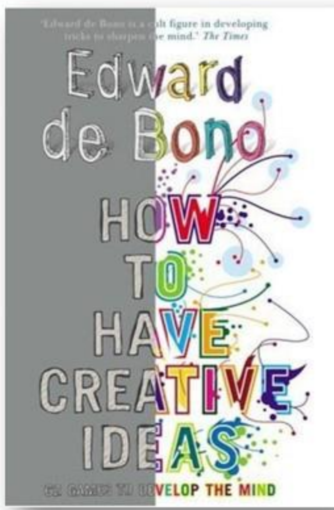
إذا نحن أمام ليس مجرد كتاب فحسـب وإنما عالم متكامل من القرى والفنادق والمتاحف كمنتجات تترجم أعمال كاتبيها هؤلاء.

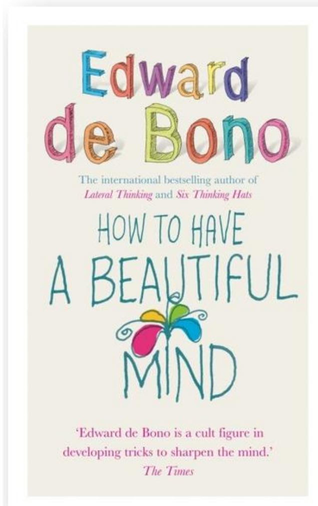
ماذا يقول ديبونو عن الدماغ، لنستفيد مما قاله حيال عملية التحويل التي نحن بصددها.

- يذكر د.إدوارد ديبونو في أحد مؤلفاته التي بلغت الستون مؤلفا في مجال التفكير، أن أساليب التفكير قابلة للتعلم وهي عملية قابلة للتدريب عليها، وقال أنه لا توجد ثمة حقائق مطلقة، بل هي على الدوام احتمالات، إن ما يحصـل في الدماغ من تعاطي لتلك المعلومات هو ما يجعلك تشعر بالسعادة أو يجعلك محل استثارة، إنها الكيفية التي من خلالها ستعبر عما يخالجك من مشاعر، هو ما يجعلك تشعر بتلك الإستثارات، إن دماغك هو بمثابة الملعب إنه بمثابة البستان الذي تجول فيه كيف ما تشاء.



ديبونو





من مؤلفات ديبونو

الكامرة والدماغ:

ثمة اختلافا كبيرا فيما بين عدســـة ما تلتقطه الكاميرة وما يلتقطه الدماغ، فالكاميرة تلتقط فحسـب وتسـجل ما يعترضـها، أما الدماغ فهو يزيد على ذلك بأنه يسـتعرض مع ما تتلقطه، الخبرات الســـابقة والمشـــاعر والقيم، والإحتمالات تظل مفتوحة على مصـــراعيها، إنه "الدماغ" بما يتمتع به من إغناء هو ما يجعل ما يلتقطه محل اهتمام وإســـتثارة، والأمر متروكا دوما للدماغ في الكشـــف عن ما يمكن أن يكون "معنى" معين أو "مفهوما" أو ما يشـــكل نقطة "اهتمام" حول نقطة انطلاق، النقطة التي ربما تبدأ في موضـــع ما ثم تنتهي مستكشفة بستان جديدا أو أن تجد نفسك في عالم ما.

وكي نتعرف على آلية ذلك لا بد أن نستعرض الفرق فيما بين (الشكل) و(المفهوم) ذلك أن جميع العناصر المنثورة من حولنا تتخذ أشكالا أما «المفهوم» فهو البنية التحتية التي تكمن خلف تلك الأشياء.

مسار نموذجنا في التحويل:

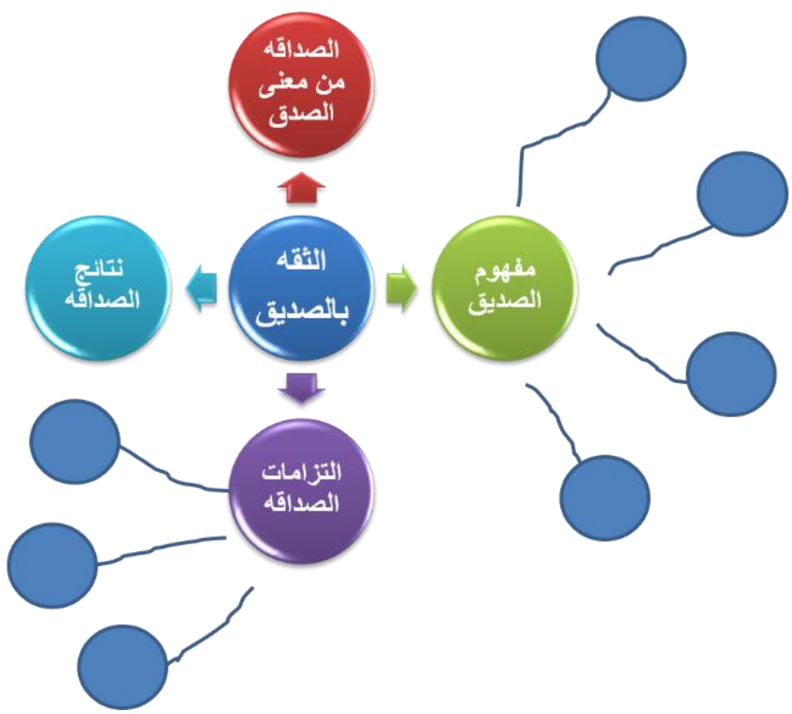
أولا: مسار المفهوم

أ- نسأل أنفسنا، ما المفهوم العام الذي يريد الكتاب أن يعزز له؟

ب-فإذا كان الكتاب عباره عن روايه، فما المفهوم العام؟

ت-يتم كتابة المفهوم العام في ليس أكثر من سطر.

ث-هذا المفهوم العام يتم عمل مســـــار له، فإن كان يعزز للاطمئنان بالثقة بقدراتك مثلا أو الثقة بالله أو الثقة بالصـــــديق، مهما كان مســـــار الثقة، فإن محور المفهوم هو «الثقة» ليكون المسار كما يلي:

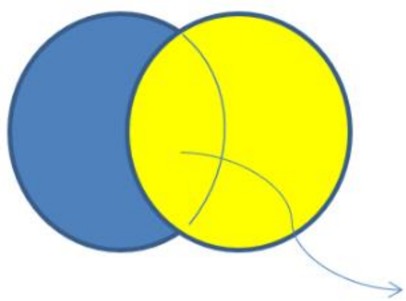


يتم تفريخ المنتجات بذات الآلية السابقة

ثانيا: دائرة التقاطع

إذا كنا نريد أن نعرض العلاقة فيما بين، ما يطرحه الكاتب، وما يطرحه فلاسفة أو كتاب أو علماء آخرون، عبر فكره معينه تعرض لها الكتاب.

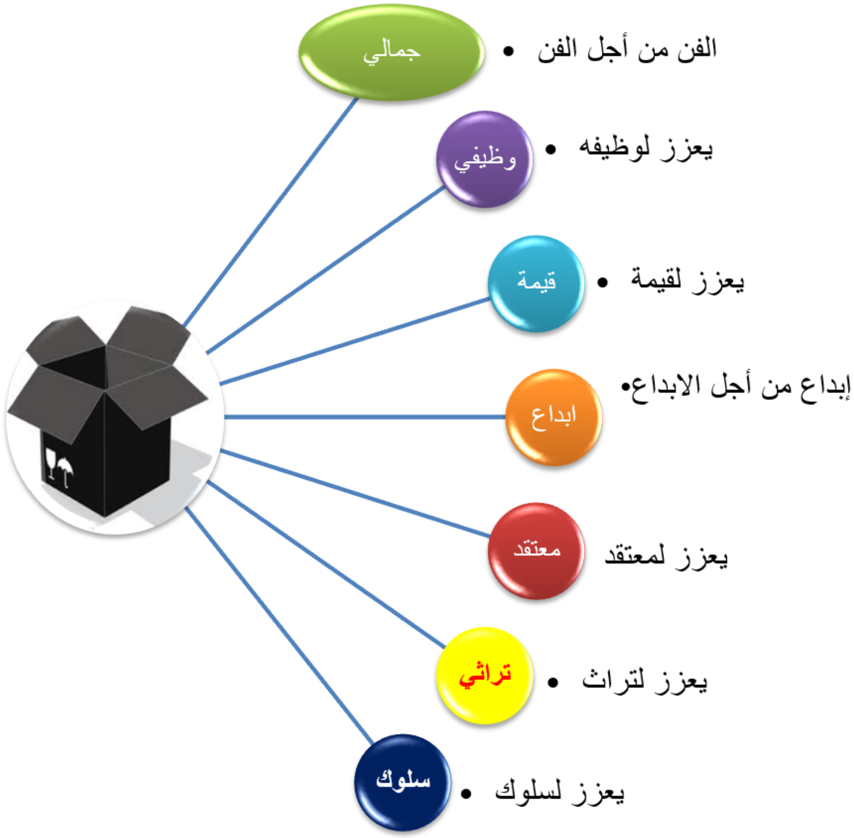
لاحظ هنا التزاوج الذي سيتم عبر تقاطع يشهد مذاق تمتزج فيه عناصر بين دائرتين



إذا نحن هنا أمام عدة مسارات	
1	عنصر واحد
2	مجموعة عناصر
3	موضوع
4	علاقة مع عناصر مشابهه
5	مزج بين موضوعين



ذلك أن المنتج يأخذ شكله وفلسفته من المفهوم الذي ينطلق منه، وفيما يلي المسارات التي يخضع اليها المنتج حين التشكيل في الإنتاج.



وفيما يلي نماذج مما أشرنا اليه:



تصميم المنتج يعزز للفن من أجل الفن



تصميم يعزز للمسار التوظيفي للمنتج



تصميم يعزز للجانب القيمي عبر مفهوم التكامل واللحمة مثلا



تصميم يعزز للإبداع من أجل الابداع



تصميم يعزز لمعتقد وثني

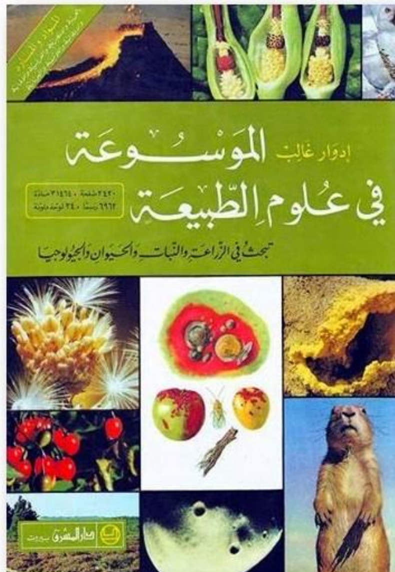


تصميم مشتق من التراث



تصميم يعزز لمسار سلوكي

والآن مع كتاب في العلوم، لنرى كيف يمكن تحويل بعض مما إشتمل عليه من طرح لمنتجات:



لاحظ ما انتقيناه من هذا الكتاب وهو عن الكروموزومات، فقد أشارت بعض صفحات الكتاب لما يلي:

- • DNA is found inside every cell in our body (apart from red blood cells).
- • Each cell contains roughly 2 metres of DNA.
- • Humans have roughly 100,000,000,000,000 (100 trillion cells).
- • If you unravelled all of your DNA from all of your cells and laid out the DNA end to
- end, the strand would stretch from the Earth to the Sun hundreds of times (the sun
- is approximately 98 million miles away from Earth).
- • You could fit 25,000 strands of DNA side by side in the width of a single adult hair.

آلية التحويل:

1- بعد عملية الانتهاء من القراءة الاولى للكتاب، وتكون قد أعجبتك بعض ما يطرحه سواء من أفكار أو عبارات أو فقرات أو حتى كلمات، أحصر تلك الفقرات والعبارات والكلمات في قائمة كما يلي:

تسلسل (صفحة)	الفقرة	العبارة	المصطلح	الفكرة
...	....	....	....	....
...				

2- اعمد إلى تحليل «Brake down» لكل عمود من تلك الاعمدة، بما قد يفضي عن كلمات أو فكره أو ذو علاقة مع عناصر أخرى.

3- ارسم مسارا مما تختاره من نتائج التحليل في (2)، مع كل عنصر تم اختياره من قبلك والمسار يكون كما يلي:



4- اعتمد «أدوات التحويل» راجع (كتاب تحويل القيم لمنتجات، للمؤلف)، في تحويل العنصر الذي اخترت لمنتج أو مشروع.

5- في التعرف على «الحاجة»، لتأمين علاقة مع المنتج.

6- في اعتماد مجموعة من المصممين لتصميم الفكرة ثم تحويلها لمنتج، واختيار المواد المناسبة للتصنيع.

7- فريق تصميم الافكار، من الممكن أن يكون مكون من المجال المراد استهدافه في مثل المجال التربوي أو الصحي أو الالكتروني أو الفنون كالديكور وهكذا، حيث أن المنتجات على ضوء ذلك ستتشكل بناء على المجال الذي تم اختياره.



نموذج



مجسم



وللإضاءة دور في تشكيل التصميم



مختبر الكروموزومات للأطفال

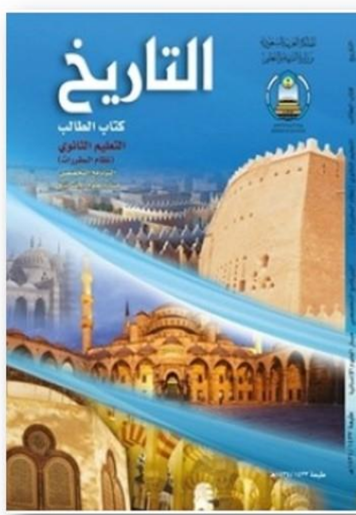


ولألعاب الأطفال نصيب

تلك كانت مجرد معلومات من كتاب علمي، تمكنا من تحويلها لما يمكن معاينته وتشغيله وبنائه في هيئات هندسية، وجعله يأخذ نماذج لألعاب الأطفال.

والتطبيقات لا منتهية مع كل معلومة تستجد عن DNA

والآن مع كتاب في التاريخ:



نلاحظ المعلومات التالية حيال غزو المغول لبغداد:

- نقتطع من كتاب التاريخ ما يشير لحادثة إتلاف المغول للكتب والارث الادبي للخلافة العباسية، ما جعل ماء نهر دجلة والفرات يتغير لونه مما حمله من كتب ومؤلفات.
- لنقف عند هذا المشهد، محاولين تحويله لمنتجات ومشاريع، قاصدين رسم حجم المأساة بشكل قابل للمعاينة وبأساليب إبداعيه، بل يكون فيها الجانب التخيلي رافدا لها.

فلو صورنا مجموعة من الكتب، وكان عبر نموذجا ثلاثي الابعاد يظهر ما تضمنته تلك الكتب من كنوز وموضوعات:

(الصور التالية تم انتقاؤها من مواقع الانترنت من باب تقريب الفكرة مع بعض المونتاج)



الكتب عبر مياه نهري الرافدين



اللحظة التي ما عادة الكتب فيها قابلة للتناول



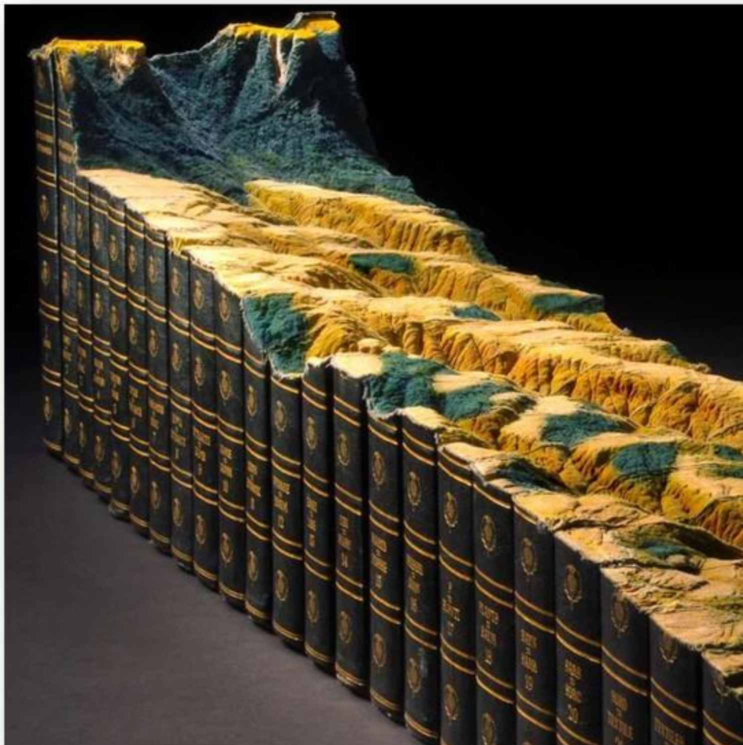
وهناك من يجر كتابا



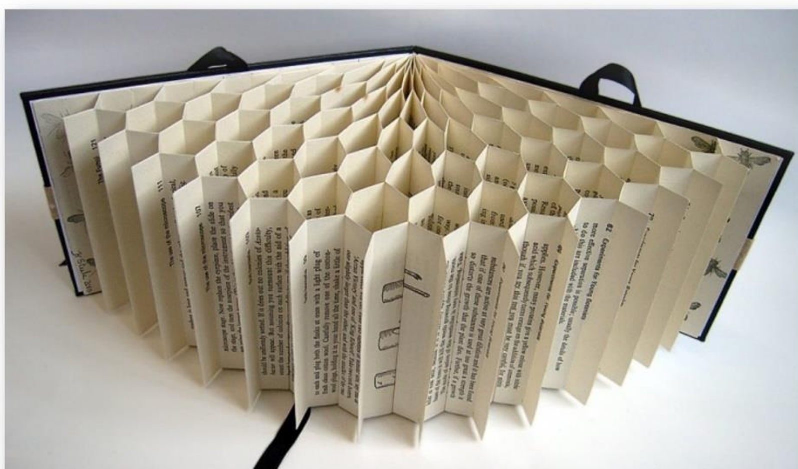
رزمة كتب تنتظر من يلتقطها



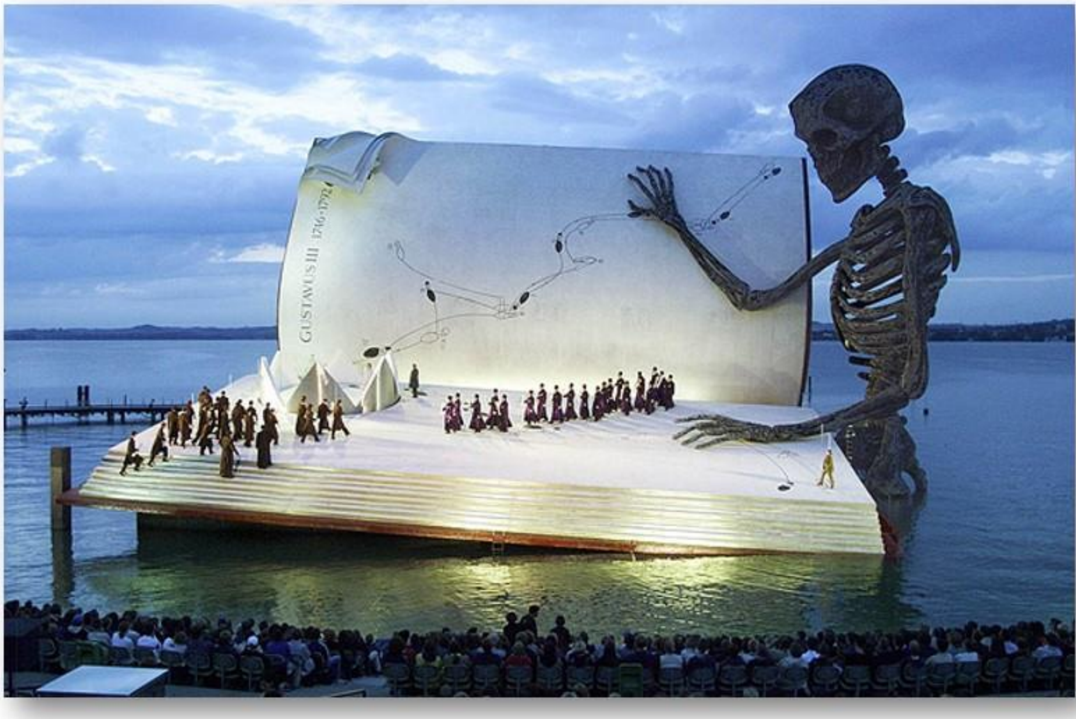
نماذج عما كانت تحمله الكتب من علوم



بناها الاسلام بالمعرفة ورمها التتار بالتراب



عرض لفصل من فصول الكتاب دراميا



عرض لفصل من فصول الكتاب دراميا

وفي مجال الألعاب نجد

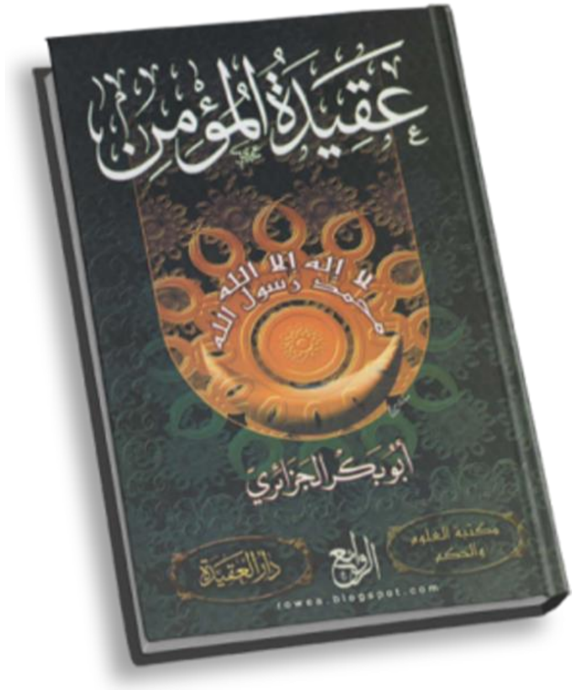




اختر مجال الكتاب الذي ستبحر إليه



والآن مع كتاب في العقيدة:



موضوعات العقيدة في العموم:

1- الايمان بالله

2- بالملائكة

3- الجنة والنار

4- الرسل

5- بالقضاء والقدر


جعل الدماغ في صندوق عظمي تحقيقاً لسلامته
ولو جعله كرة متصلة ما الذي يحدث ؟ عند أول
صدمة تتكسر الجمجمة ، أما عندما جعل هذه
الجمجمة عدة قطع وجعل العلاقة فيما بين هذه
القطع مفاصل متحركة ثابتة أي هناك تمفصل لا
يزيد عن نصف ميلي فأية صدمة أصابت الرأس
. فهذه الفواصل الدقيقة تمتص الصدمات وتنجو
الجمجمة
السلام


التفرد
الوتر
إن الله يحب أن يكون عبده متفردا


الوتر
إن الله يحب أن يكون عبده متفردا


لا توجد قزحية عين في
الأرض كقزحية عين الآخر،
ولا توجد رائحة جلد كرائحة
أخرى، ولا نبرة صوت.. الله
أعطى الإنسان الفردية


"إن الله لا يستحيي
أن يضرب مثلا ما
بعوضة "
المصـــور

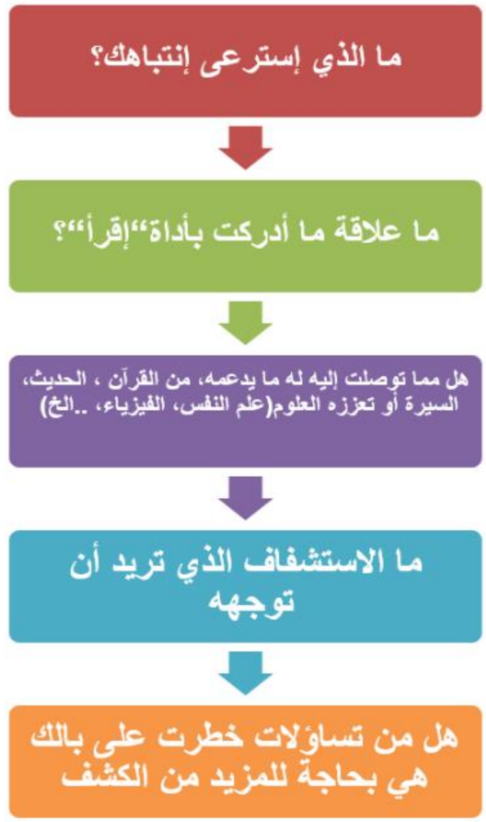

للبعوضة أربعة خراطيم ،
ومسيل للدم ومخدر
للموضع ومحلل للدم ،
وثلاثة قلوب
المصـــور

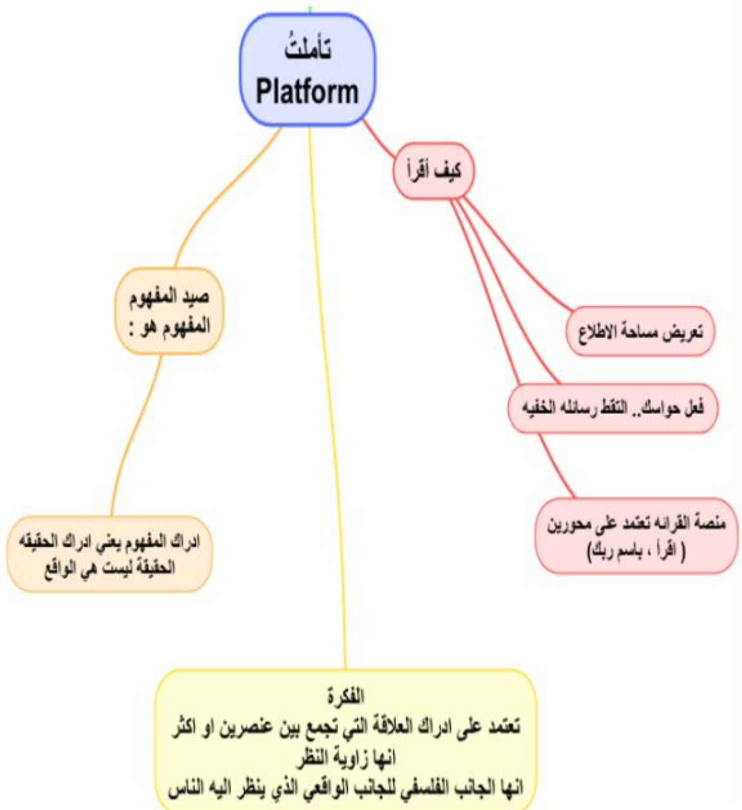


فيما يلي نستعرض نموذج "تأملت" للمؤلف، كمنصة، ونبين الفرق في عمليات التحويل لما تطرحه التأملات من أفكار وموضوعات، مقارنة بالكتب التي استعرضنا مجالات منها

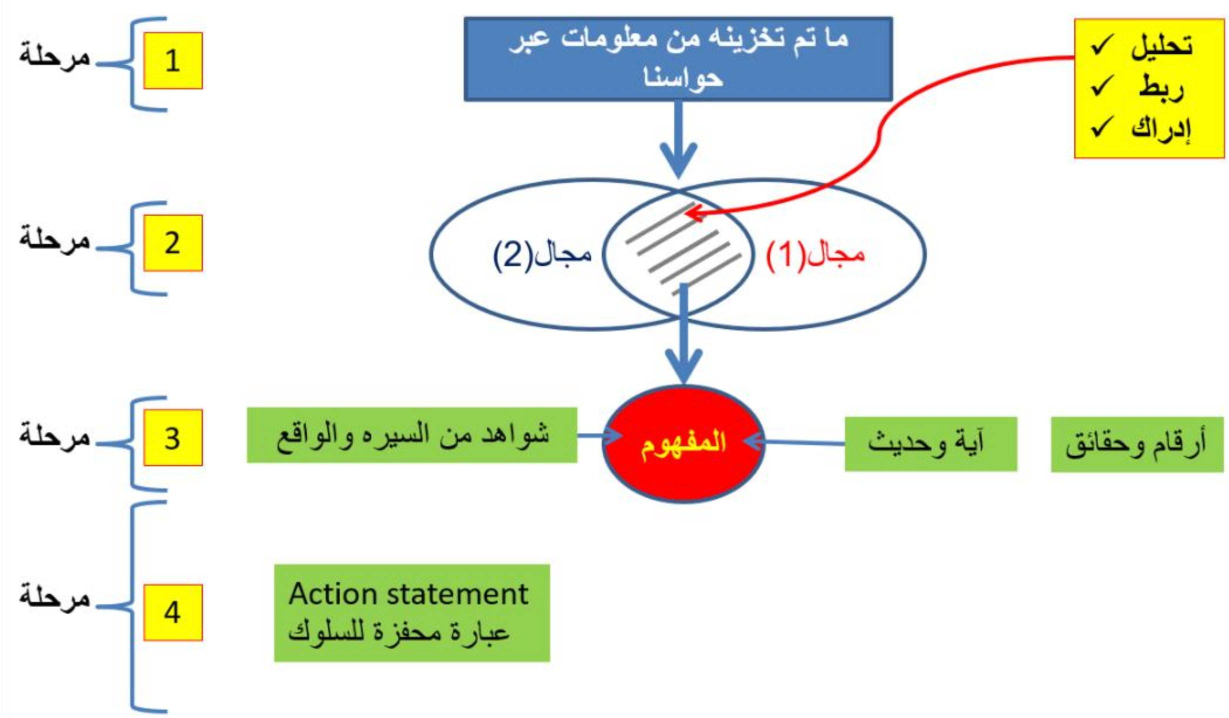
الادب	العلوم	العقيدة والفقه
منصة «تأملت»	لاحظ خصائص العناصر	ما يعزز في تبسيط البنية التحتية لخالق هذا الكون
	خصائص المواد	ما يعزز للصورة الشاملة الموحدة
	ملائمة تلك الخصائص بالمفهوم	ما يعزز ل «قالتا أتينا طائعين»
	التكلفة	ما يعزز لوحدانية الله
	الجانب الفني (الكتروني- كهربائي – حرفي كالنجاره مثلا) إجرائات السلامة في ذلك	ما يعزز لصفات الله
	الجانب الجمالي – التصميم	
	ما يعزز لتمكين الانسان	
	ما يعزز لاعمار الارض لا تدميرها	

عناصر الكتابة في "تأملت"





مراحل إعداد «التأمل»



والآن لنأخذ هذا التأمل وننظر فيما يمكن أن يتمخض عنه من تحويلات

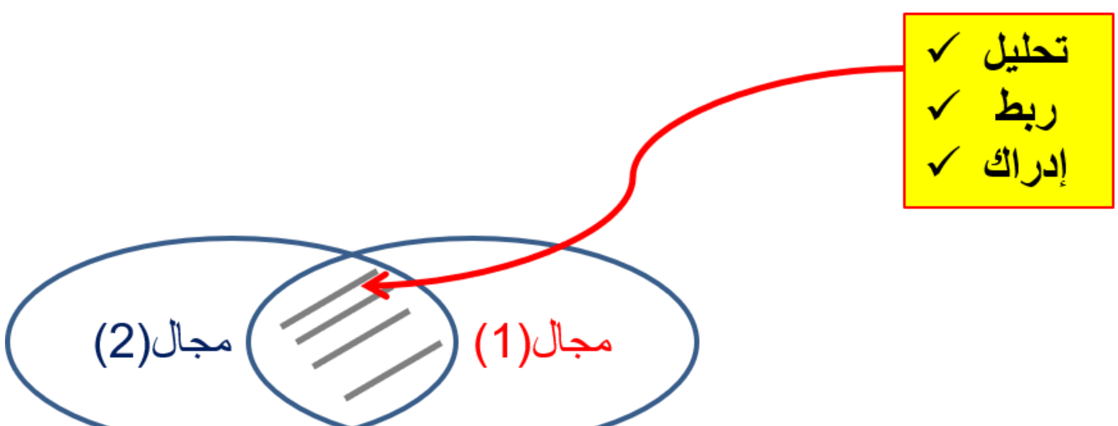
(تأملتُ.. ردة فعلها إذ كانت ممتنة لأبيها، عندما علمت أنه قد أعد لإفطارها الصباحي عصير برتقال (معصورا بيده)، حيث قد أمرها بتناوله بعد وعكة صحية عصفت بها قبل مغادرتها للعمل، ، ما جعل الأب قلقاً حيال صحة ابنته، تأملتُ في الامتنان الذي جعل مذاق العصير مختلفاً بالنسبة لها، ذلك أن الاختلاف يكمن في امتزاج (حنان الاب) وشفقته وحبه لابنته مع شراب العصير، ثم أدركت فرق مذاق ذات العصير مع آخر جاهز نشتريه من السوق، فأدركت الفرق فيما نقدمه نحن من صلاة (نافلة) لله فتجدنا نجتهد في إتقان أدائها، مع صلاة (مفروضة) نتابع عبرها شؤن حياتنا ! ، مع أن المفروضة هي من الله الينا، فأنا لنا أن نقارن بين ما يقدمه الله لنا مع ما نقدمه له

! ذلـــك هـــو الاخـــتـــلاف فـــي الـــمـــذاق (فـــتـــعـــهـــده). محبكم (تأملتُ)

فمع التأمل هذا نجد علاقة جمعت ما بين



أي نحن هنا بصدد المرحلة رقم (3،2)



أو من الممكن أن نجري التحليل عبر فكرة التأمل

أو أن يتم تناولها عبر ما حوته من مفاهيم وأفكار

تسلسل	الفقره	العبارة	المصطلح	الفكره
	....	....	(....)	....
	....			

تأملتُ.. ردة فعلها إذ كانت ممتنة لأبيها، عندما علمت أنه أعد لافطارها الصباحي عصير برتقال (**معصورا بيده**)، حيث قد أمرها بتناوله قبل مغادرتها للعمل، بعد وعكة صحية عصفت بها، ما جعل الأب قلقاً حيال صحة إبنته، تأملتُ في الامتنان الذي **جعل مذاق العصير مختلفاً** بالنسبة لها، ذلك أن الاختلاف يكمن في **إمتزاج (حنان الاب) وشفقته وحبه لابنته مع شراب العصير**، ثم أدركت فرق مذاق ذات العصير مع آخر جاهز نشتريه من السوق، فأدركت الفرق فيما نقدمه نحن من **صلاة (نافلة)** لله فتجدنا نجتهد في إتقان أدائها، مع صلاة (**مفروضة**) نتابع عبرها شؤن حياتنا ! ، مع أن المفروضة هي من الله الينا، فأنا لنا أن نقارن بين ما يقدمه الله لنا مع ما نقدمه له ! ذلك هو الاختلاف في المذاق (فتعهد).
محبكم(تأملتُ)

الافكار

- تزداد قيمة الشيئ بمن يقدمه لك.
- تعدد مذاقات الاطعمه رسالة ود منه اليك.
- من وراء كل سلوك نحوك رساله منه اليك .
- رسائل الود محيطة من حولنا منه الينا.

← الله سبحانه

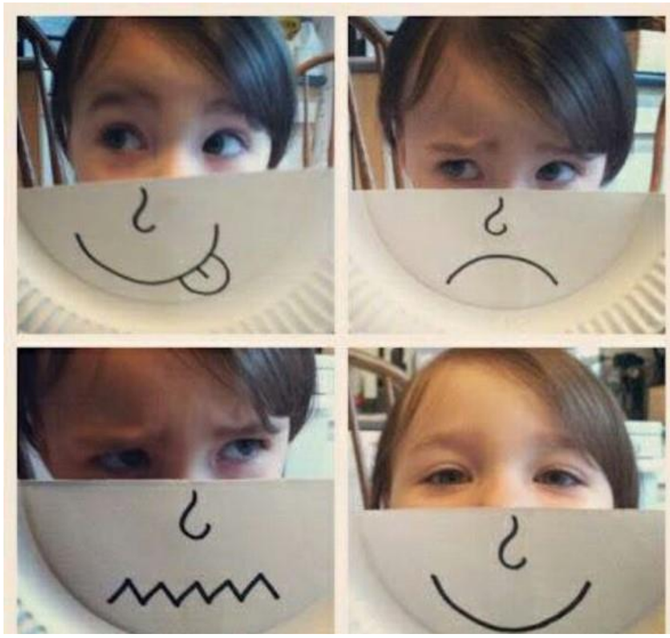
- إنتقال «المشاعر» عبر المنتجات ممكن.
- تفعيل الاثنين معا ، الحواس والمشاعر في إيصال رسائلك للآخرين.

← نحن





الحاجة للمشاعر



أنواع المشاعر



برمجة المشاعر تكون عبر:

1- اللون

2- الشكل

3- التصميم

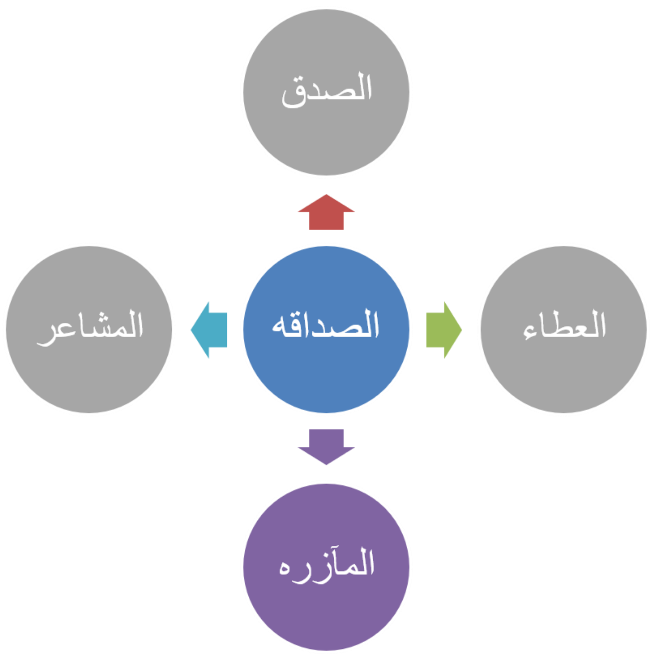
4- الوظيفة

5- الخط

6- الاسم

7- الرائحة والطعم والملمس

فبرمجة قيمة الصداقة مثلا تكون عبر:



ومع المآزرة من الممكن أن تأخذ تصاميمها التالي:





فعبر مسار تحويل المشاعر الى منتجات من الألعاب المسلية، كأن يتم تفتيت الحجر إلى أحجار صغيره، ويوضع فوق كل حجر صغير حرف ...لعبة الحجر وتشكيل الحروف كي تعبر عن المشاعر.

ليكون السؤال حيال فريقين:

سلوك يبعث على التآزر .... الجواب: تعاون





في المثال نستعرض حجر النرد، عبر تشكيلة للحصيات الحجرية الى أرقام وحروف





منتج للعبة الحروف في التعبير عن المشاعر

منصة (التأمل) تمضي وفق مسارات:

1- التأمل في سلوكيات خلق الله (نبات ـ حشرات- حيوان- جماد)، لاستنباط فكرة تساهم في الارتقاء بالقيم الإنسانية، مثل تعاون النحل أو تعاون النمل.

2- التأمل فيما خلق الله سبحانه من عناصر من حولنا (حديد، نحاس، خشب، سليكون. الخ) ونستعرضها عبر اسماء الله الحسنى.

3- مع كل حدث يجرى من حولنا نستعرض تسع وتسعون اسما، عبر اسماء الله الحسنى، ليسهم في تعميق التحليل.

4- استكشاف العلاقات، فما العلاقة التي تجمع عنصرين اثنين من خلال قيمة ما؟

5- من خلال الميزة الرئيسية التي تميز عنصر ما، مثل "الزئبق" فهو معدن سائل، النفط "ذهب أسود"، الماء "الشفافية حيث لا طعم ولون"

6- طبائع المخلوقات من حولنا: مثال "لؤم القطة، أمانة الكلب، دموع التماسيح، خور بيت العنكبوت، جبن النعامة، إقدام الفرس، قوة الأســـد، عين النحلة مقابل عين الذبابة فيما تنتقيه، اجترار الطعام لدى الحيوان، تخزين الماء لدى البعير".

7- استخدامات الأشياء من حولنا، مثل: "السطل لحمل الأشياء، الخيمة للاستضلال، الملابس للوقاية والستر".

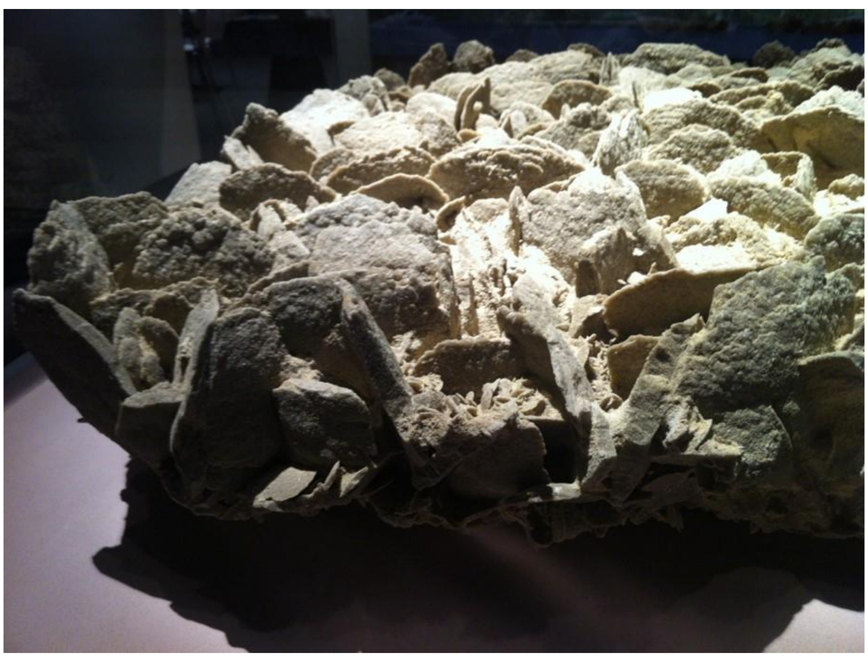
8- من خلال ما يميز بعض الظواهر الطبيعية من حولنا: "غيمة ماطرة أو غمامة صيف، ريح أو رياح، أرض بور تمتص الماء ولا تنبت، درجة غليان الماء 100 مئوية، تجمد الطبقة العلوية لسطح البحار دون الأعماق".

9- هندسة الأشياء من حولنا، بين دائرة وشكل رباعي وعلاقة ذلك بوظيفته الأساسية.

10- قوانين الطبيعة من حولنا، مثل قانون الطفو، الجاذبية، التروس، الدوران، تأمين الاتزان في الذرات، الظل، مزج الألوان "الأصفر والأزرق ينتج لونا أخضر".

ما يلي نموذج لتأمل في الطبيعة الصحراوية لدولة قطر، حين لاحظ المصمم المعماري، المكلف بتصميم هندسي نابع بما تمتاز به البيئة القطرية، نجده قد استلهم تصميم المتحف الوطني من التراب البلوري الذي يظهر في صحراء قطر.

نماذج التأمل والتحويل:



لتراب الصحراء البلوري



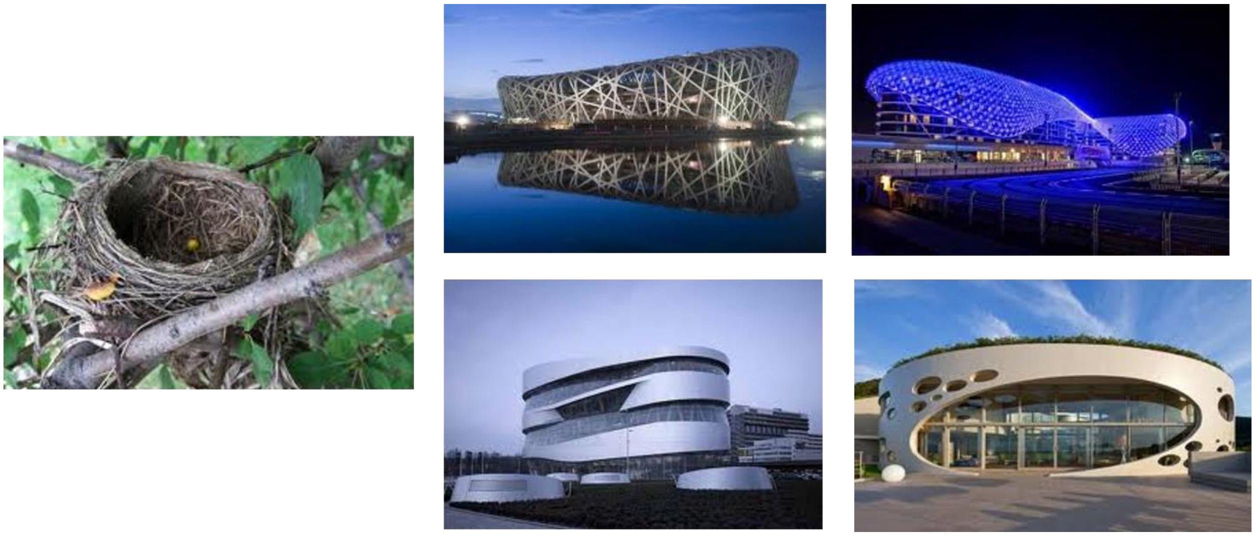
نموذج مصغر لتصميم معماري لمتحف قطر الوطني مستلهم من التراب البلوري

فالتأمل يعتمد على إدراك الإيقاع المتكرر، فنلاحظ على سبيل المثال شكل الايقاع المستمد من الطبيعة عبر الصور التالية.





تصميم معماري مستلهم بالتأمل في شراء البوم



تصاميم معمارية مستلهمة بالتأمل في شكل أعشاش الطيور



تصميم معماري مستلهم بالتأمل في كثبان الصحراء







تصاميم معمارية مستلهمة بالتأمل في الهيكل العظمي للأسماك

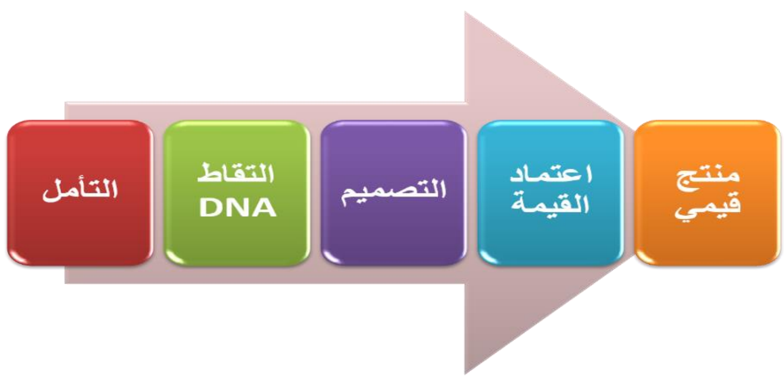




تصميم معماري مستلهم بالتأمل في الفطريات



ومراحل الإنتاج في ذلك هي:



ماذا نقصد بالجين DNA؟

ذلك أن لكل عنصر من حولنا، سواء كان في الطبيعة أو على نطاق ثقافات الشعوب، أو حتى الانسان ما يجعله متميزا ومتفردا عن غيره، هذا التفرد أو التميز هو الذي نعنيه ب DNA وفيما يلي نشرح عبر التطبيقات التالية.

فنحن هنا بصدد انتقاء ما يعبر عن المنتج كجين

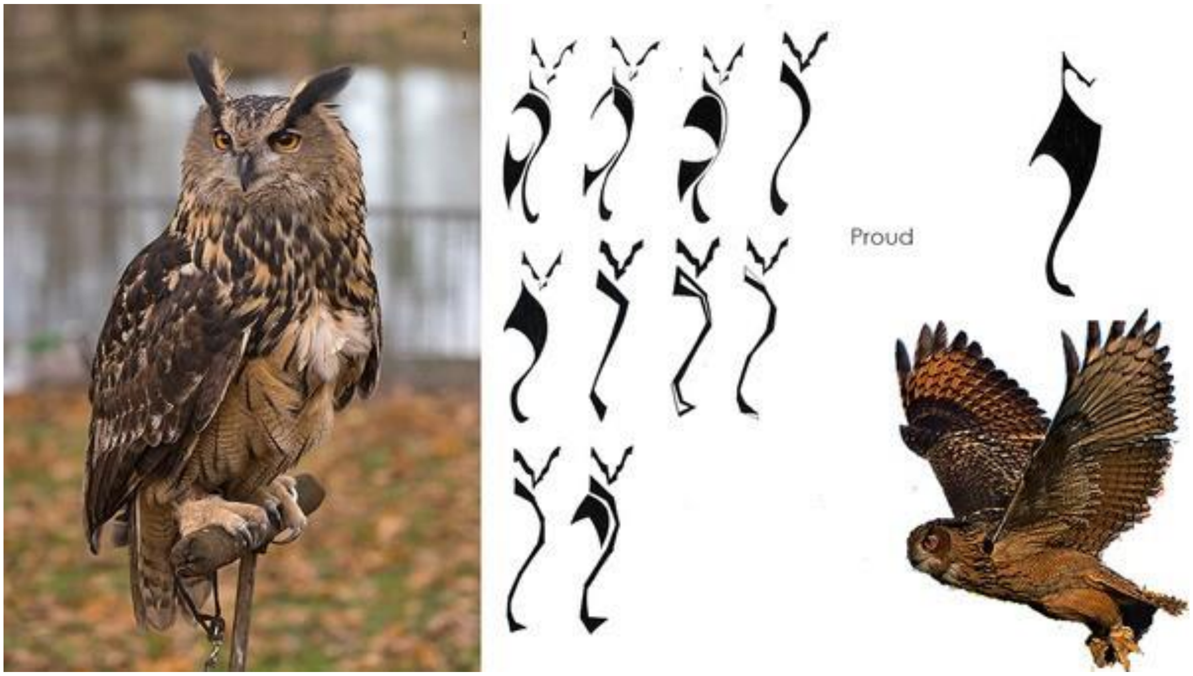


إنها عملية تفريخ تطبيق مستلهم من هوية

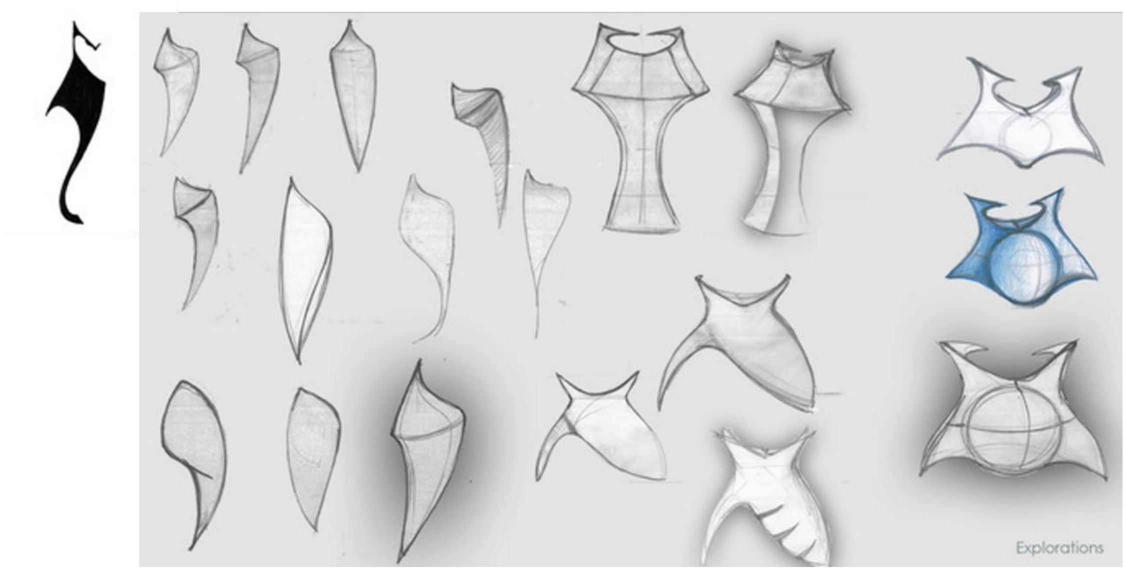


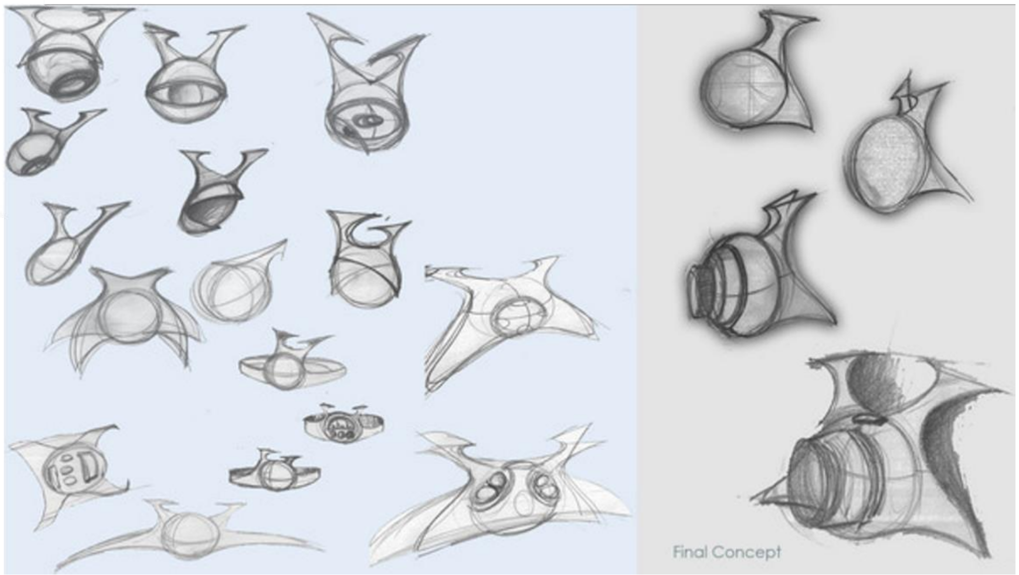
لاحظ عملية الانتقاء، فالتجريد الذي تعرض اليه العنصر الملتقط

ما يلي نموذج آخر مستلهم من الطبيعة البرية في الطيور



لاحظ وبعد أن تم تجريد ما انتقاه من عنصر، عمد إلى تحويله لتصميم المنتج كما في الصورة التالية





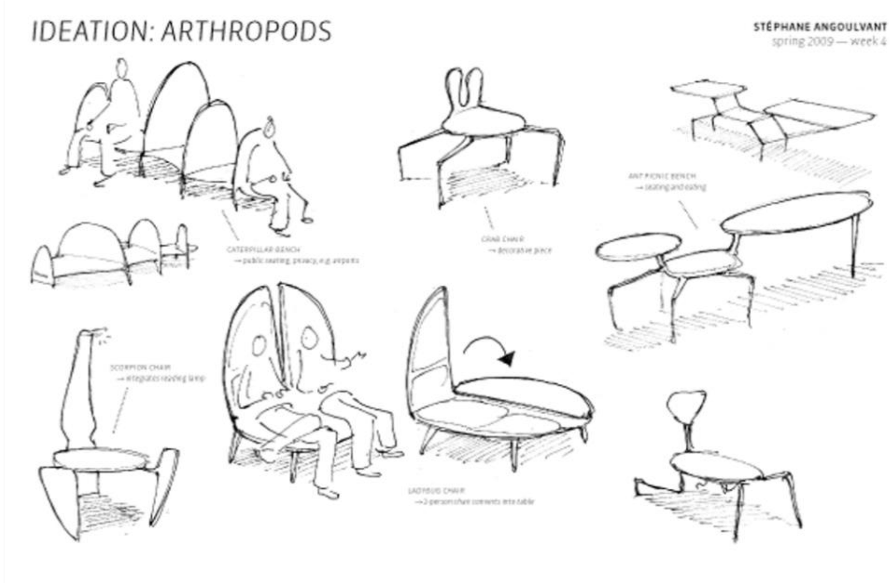
مرحلة التجريد



مرحلة تصنيع النموذج (البروتوتايب)

ثم لاحظ معي النماذج التالية:



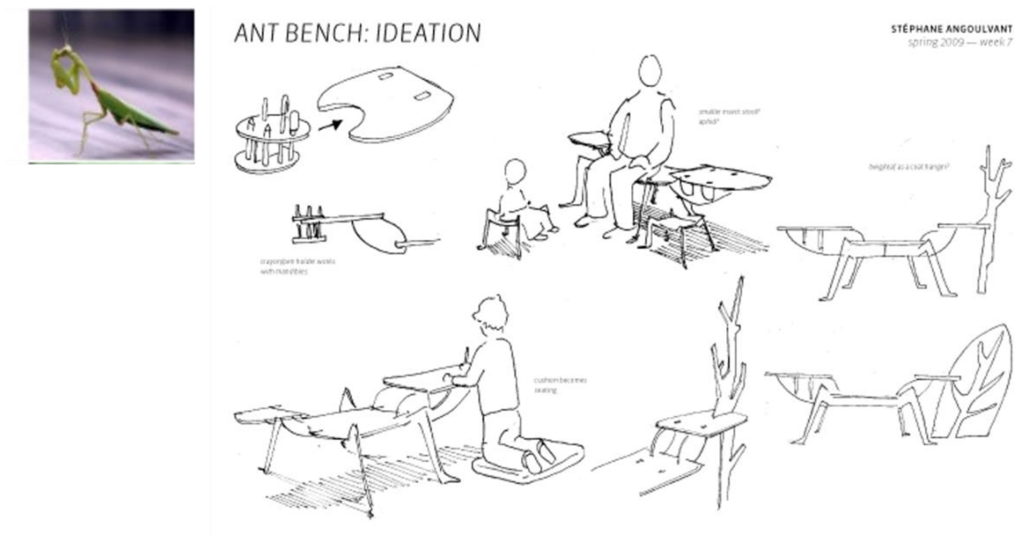


مرحلة التجريد

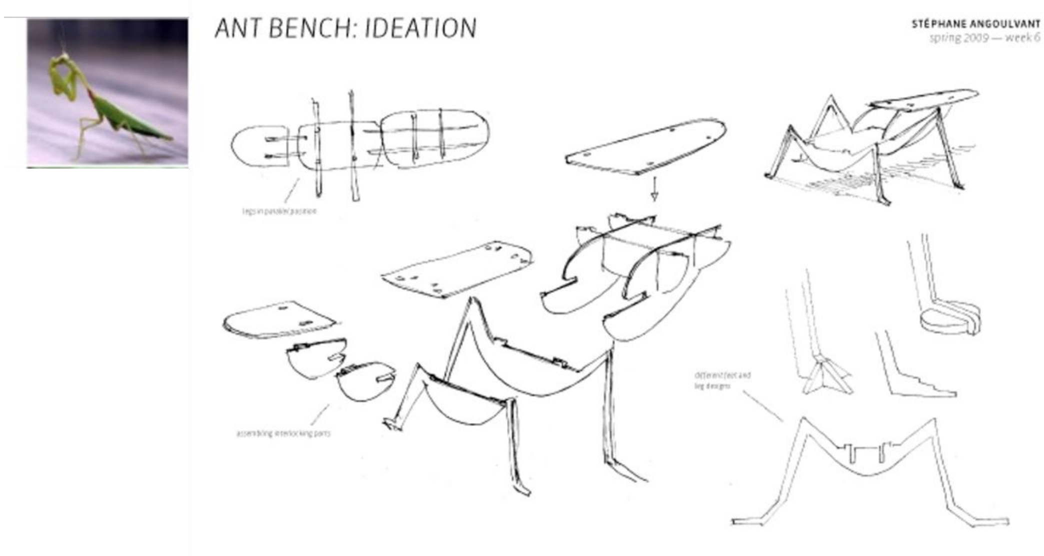




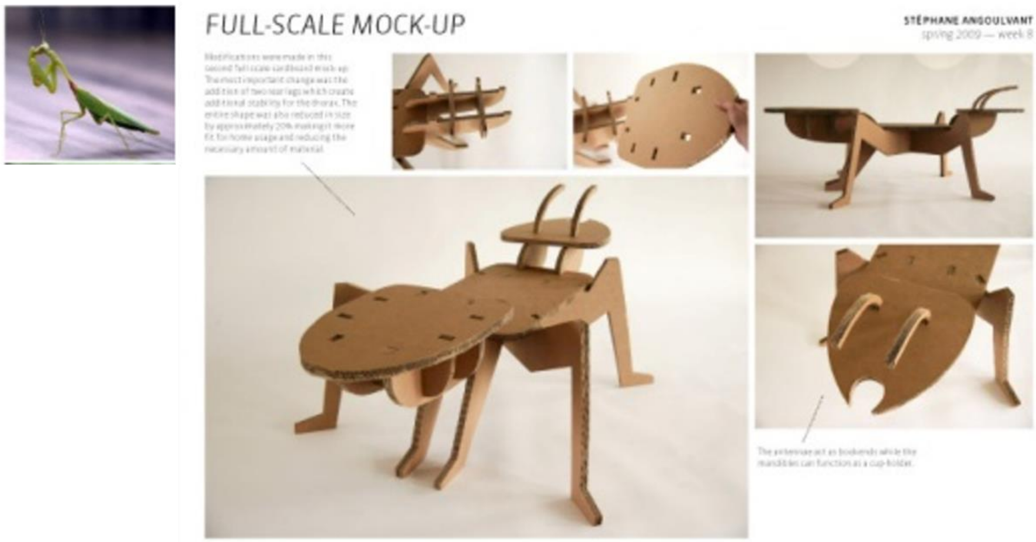
مرحلة تصنيع النموذج (البروتوتايب)



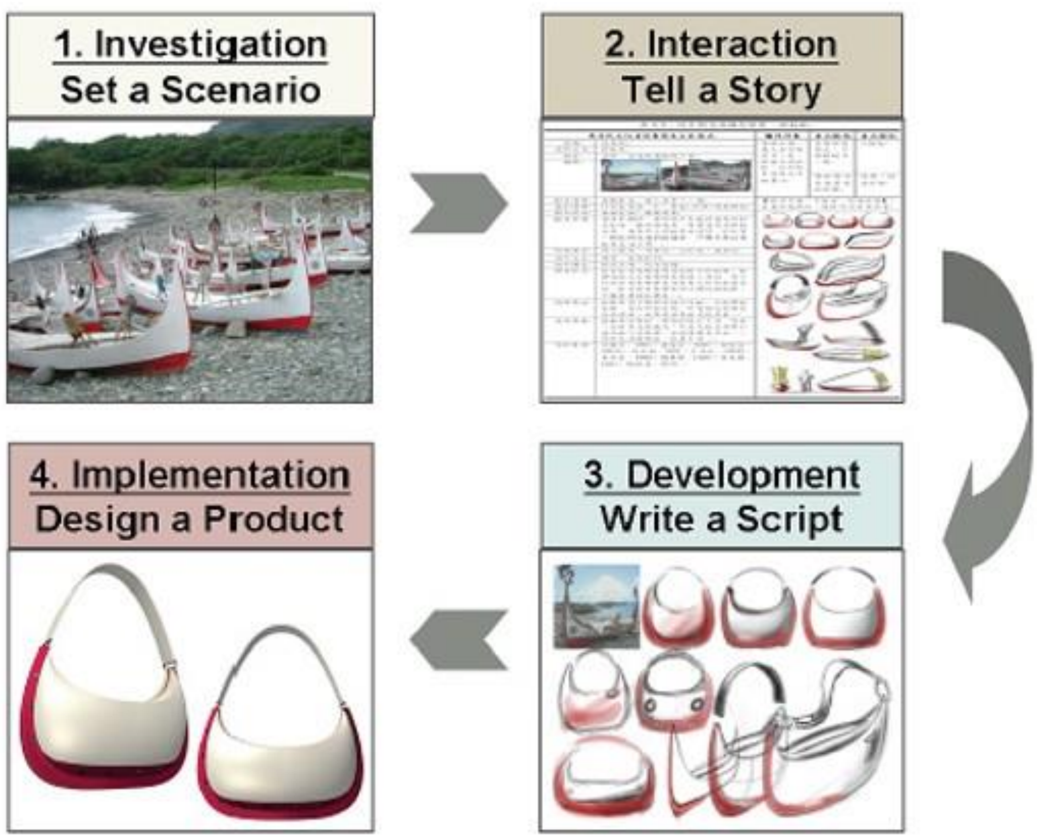
مرحلة التجريد



مرحلة التجريد



مرحلة تصنيع النموذج (البروتوتايب)

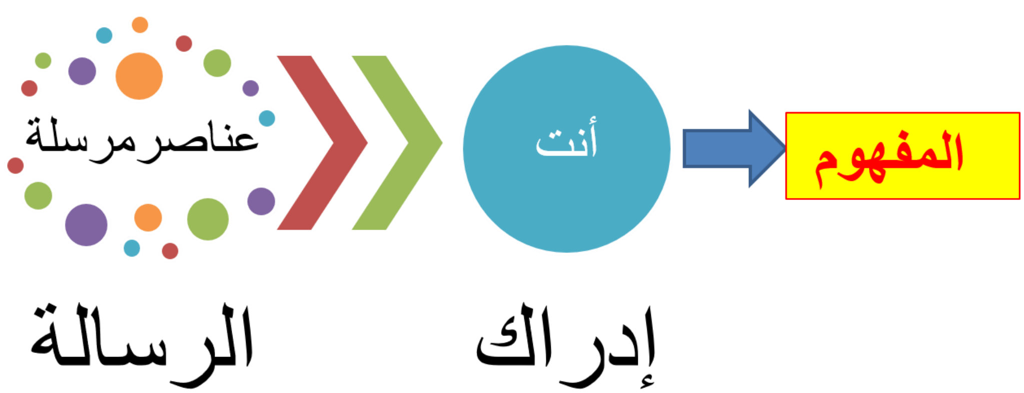


ومن التراث، فمرحلة التجريد فمرحلة تصنيع النموذج (البروتوتايب)

فهكذا يتم فهم وإدراك الرسالة المرسلة (سواء جاءت في كلمه أو صوره، أو حدث).



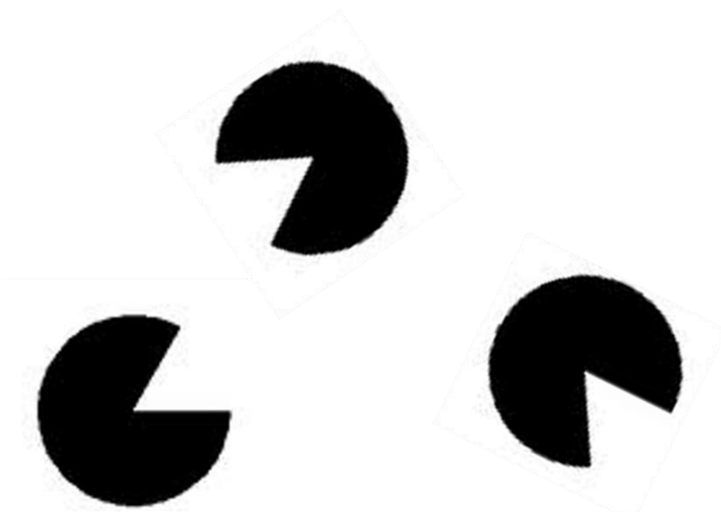
مراحل التصميم تبدأ بالبحث والتأمل



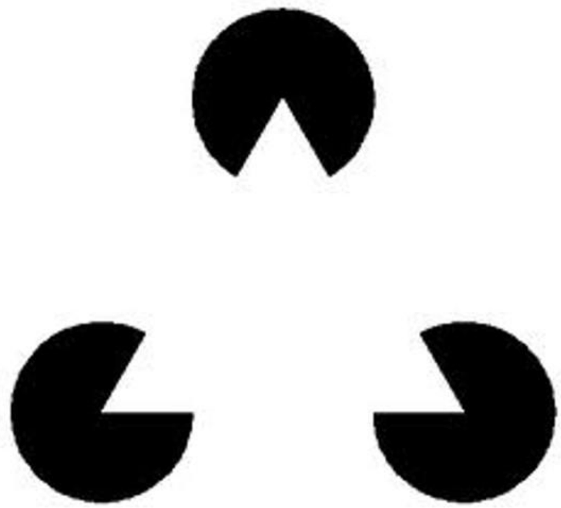
مراحل الوصول للمفهوم



وعليه هل يمكنك التعرف على المفهوم الذي تشير اليه الاشكال المبعثرة التالية؟



إدراك العلاقة التي تجمع من خلالها "المبعثر" من المعلومات المحيطة، هو "المفهوم" الذي نبحث عنه



وعليه نسأل، ما العلاقة المحتملة التي يمكننا أن نجسرها فيما بين الصواعد والهوابط في الكهوف، مع الشخصيات التالية (علي عزت بوغافيش، ونلسن مانديلا)؟





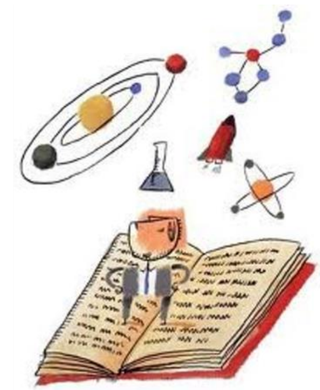


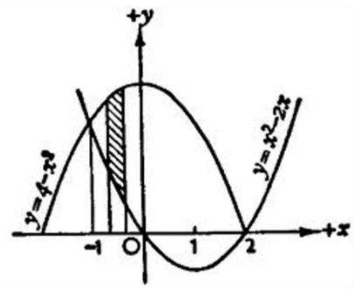
الجواب: قيمتي «الصبر» والحكمة في التعامل مع «الزمن»

ثم أخيرا نسأل هل من الممكن استكشاف العلاقات فيما بين المواد المختلفة التي ندرسها؟

رياضيات وعلوم وعربي

هندسة وشعر؟





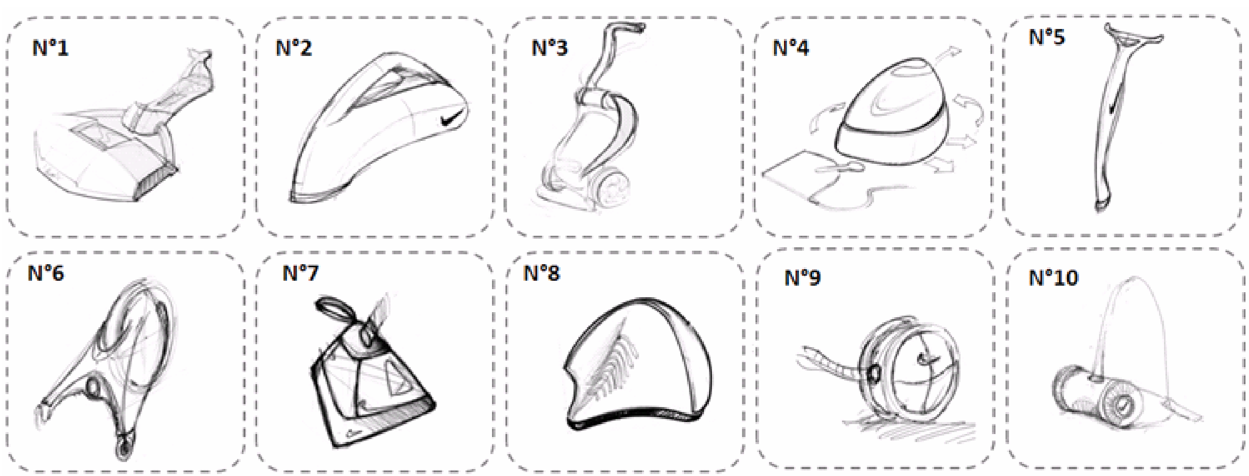


أترك المجال للقارئ كي يستبين.

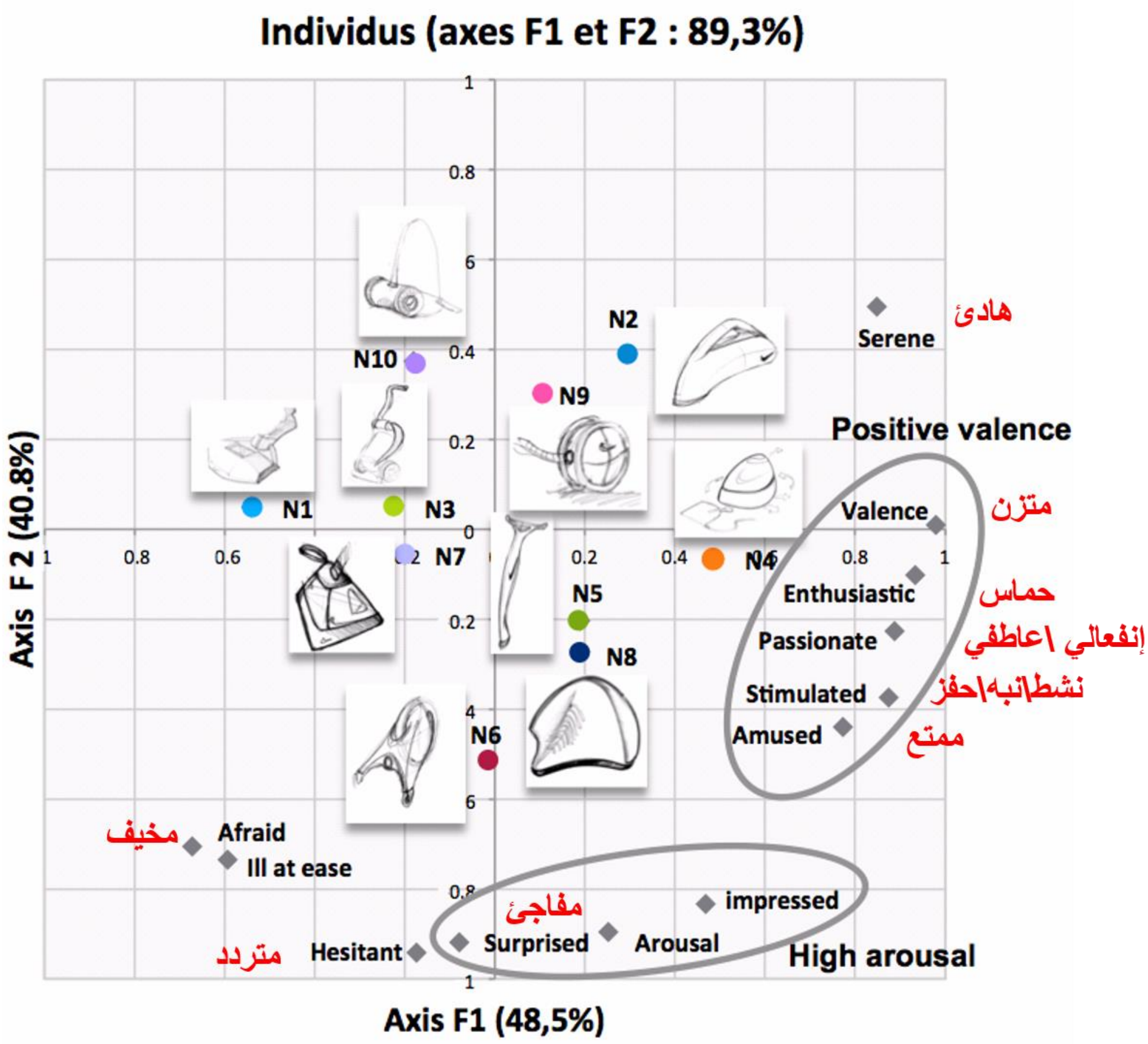
الجانب العلمي في عمليات التحويل

عبر تجارب مختبرية على الانسـان، بينت الدراسـات البحثية من أن التصـميم فالإنتاج، يخضـــع للجوانب العلمية البحتة دون أن نلغي الجانب الفني الجمالي والتذوق الخاص بكل إنسـان، وهو ما يجعل لكل إنسـان مذاقا خاصـا به ومختلفا عن الآخرين، فقد جاءت بعض الأبحاث العلمية لتجعل للجانب الفني والذوق ما يخضـــع لمعادلات وأرقام، وفيما يلي نموذج عما تمخضت عنه الابحاث.

ما يلي نموذج تطبيقي حيال ما أشرنا إليه عبر تصميم منتج

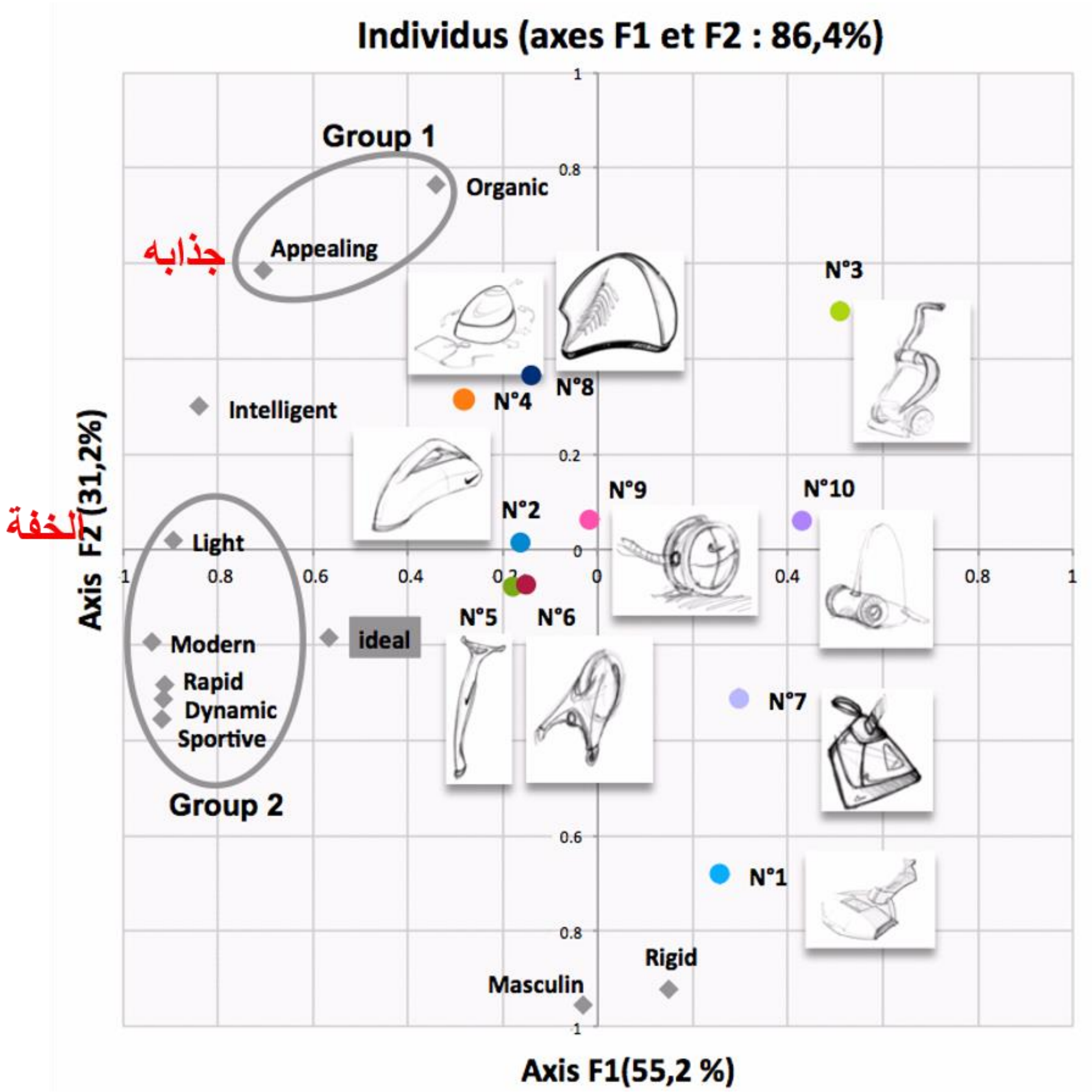


فنحن بصدد تصميم منتج وهو عبارة عن (مكنسة كهربائية)

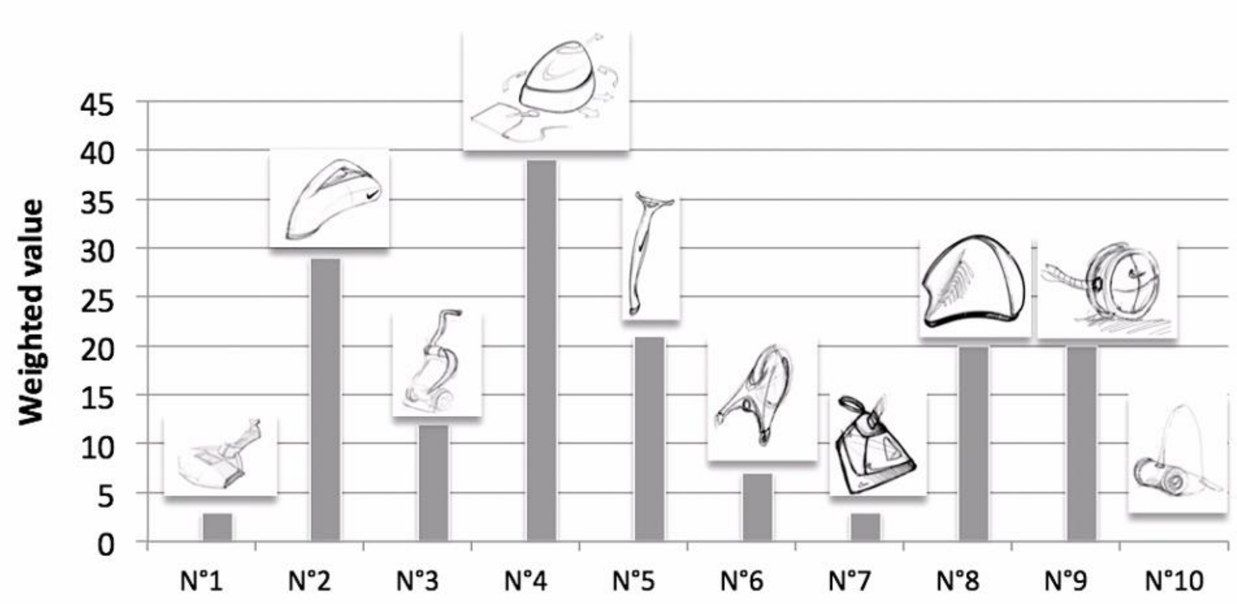


فنتائج المســح الميداني حيال شــكل التصــميم الذي يفضــله الناس بينت، تفضــيلات واســتبعدت أخرى، فالتفضــيلات وفق الرســم البياني يعزز لجوانب في مثل أن يكون التصــميم ما يثير جوانب(المتعة، الحماس، الاتزان) ويحد من جوانب (كل ما يشــكل رعبا) للمستخدم.

مواصفات مكنسة الكهربائية (باختبار كل جزء منها)



نلاحظ في الرسم البياني السابق، كيف تعرض كل جزء من أجزاء المكنسة الكهربائية لاختبار، كي يستهدى المصمم بالتفضيلات، وعلى ضوئها يبدأ بالتصميم فالإنتاج.



تم التصميم وروعي فيه المواصفات المشاعرية التالية وفق الاوزان المشار اليها في المحور الصادي

وعليه فنتائج اختبار المشاعر حيال" المكنسة الكهربائية" أخذت التصميم التالي :

8.2 Test image 2 – Vacuum cleaner

The object features identified were:

- Streamlined form
- Glossy/ lustrous
- Shining
- Free form

Expected major emotional features were:

- Sporty
- Attract
- Luxury

Expected primary emotion was:

- Interest

الملامح :

1- إنسيابي
2- لامع
3- مشرق

المشاعر الرئيسية :

1- رياضي
2- جذاب
3- فخامه



The frequency responses for emotional features identified by users for this test image are:

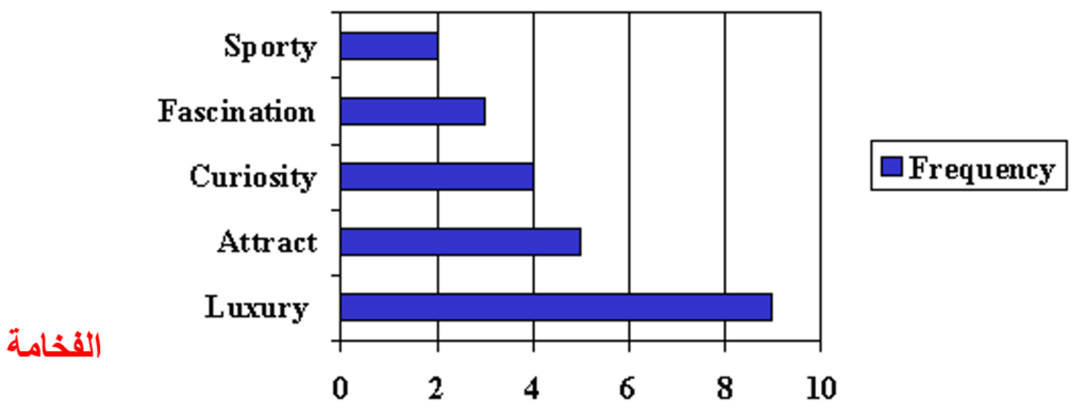


Figure 7. User identified emotional features for image 'Vacuum cleaner'

The frequency responses for primary emotions identified by users for this test image are:

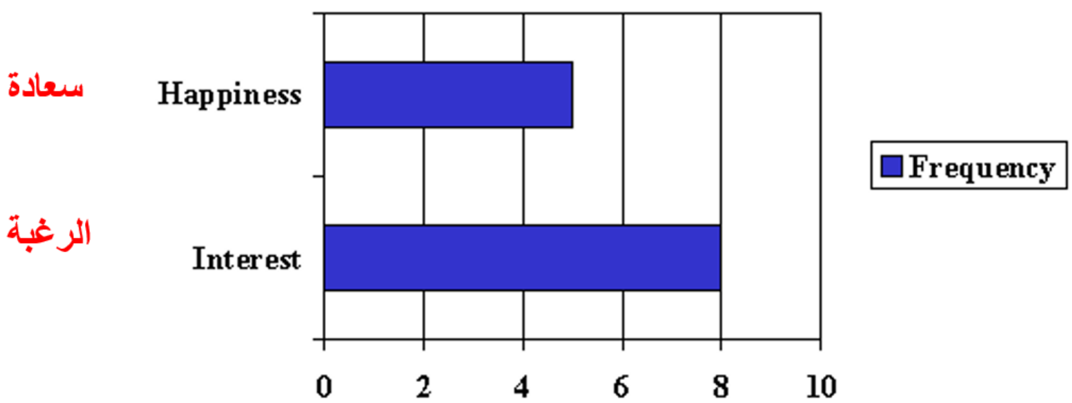


Figure 8. User identified primary emotions for image 'Vacuum cleaner'

نلاحظ تفضيل (الفخامة) كان الأعلى، فالرغبة فالسعادة

وفيما يلي نستعرض إفادات الناس في الجانب المشاعرية حيال استحضار صور لبعض الأشياء التي شملت النباتات والحيوانات.

Sr. No.	Image name	Major primary emotion	Frequency of response (More then 50%)
1	Rosebud جوري	Happiness البهجه	14/15
2	Watch ساعة	Interest	11/15
3	Swan الاوز	Calm الهدوء	10/15
4	Car	interest	10/15
5	Horse	Happiness السعادة	9/15
6	Butterfly	Happiness	8/15
7	Chair	Interest	8/15
8	Motorbike	Interest	8/15
9	Orchid	Happiness	8/15
10	Pitcher plant القمع زهره	Disgust القرف	8/15


زهره


القمع زهره


جوري

كما واصل البحث عبر نتائج قام الباحثان باختبار على بعض الحيوانات:

8.1 Test image 1 - Rabbit



The object features identified were:

- Organic
- Bright colour (white)
- Soft
- Surface with furs
- Rounded

Expected major emotional features were:

- Peace
- Freshness/ liveliness
- Love

Expected primary emotions were:

- Happiness
- Calm

الملامح :

1- طبيعي
2- لون مشرق
3- ناعم
4- إنسيابي

المشاعر الرئيسية :

1- سلام
2- منعش\حيوي\رشيق
3- حب

المشاعر الثانوية :

1- هدوء
2- سعادة

The frequency responses for emotional features identified by users for this test image are:

نلاحظ كيف أن صورة (السلام) و (الهدوء) كانتا الأعلى حيال المشاعر، عبر الشكل (التصميم) الذي جاء عليه الارنب.

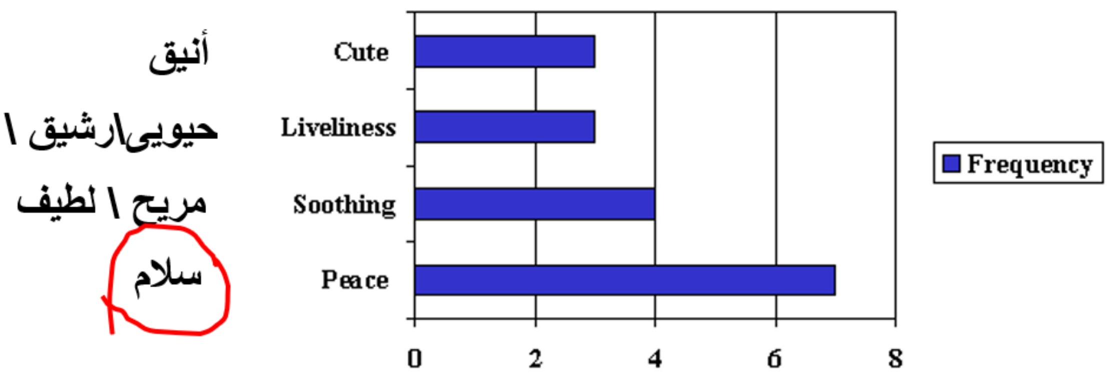


Figure 5. User identified emotional features for image 'rabbit'

The frequency responses for primary emotions identified by users for this test image are:

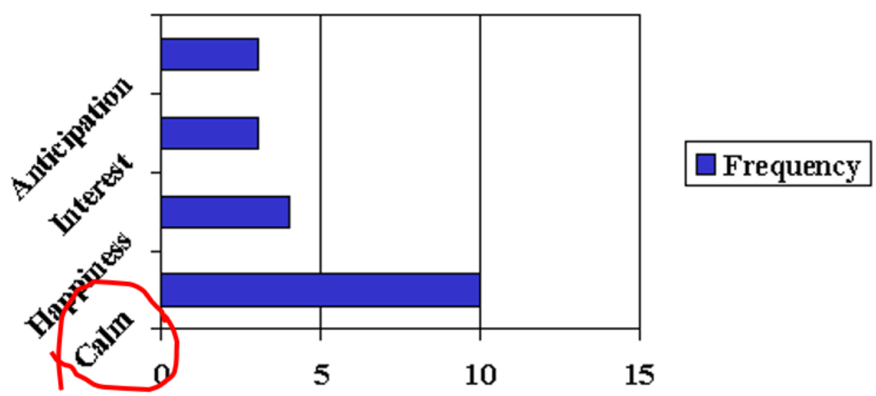


Figure 6. User identified primary emotions for image 'Rabbit'

بينما حيال صورة سمك القرش جاءت النتائج مختلفة تماما، والتي عززت لصفات المخيف والمرعب والغضب.

8.3 Test Image 3 - Shark

The object features identified were:

- Heavy/bulky
- Dynamic/Agile
- Sharp
- Masculine
- Rugged
- Body posture

Expected major emotional features:

- Danger

Expected major primary emotions:

- Disgust
- Fear

الملامح :

1- ثقيل
2- ديناميكي
3- حاد
4- رجولي

المشاعر الرئيسية :

1- خطر

المشاعر الثانوية :

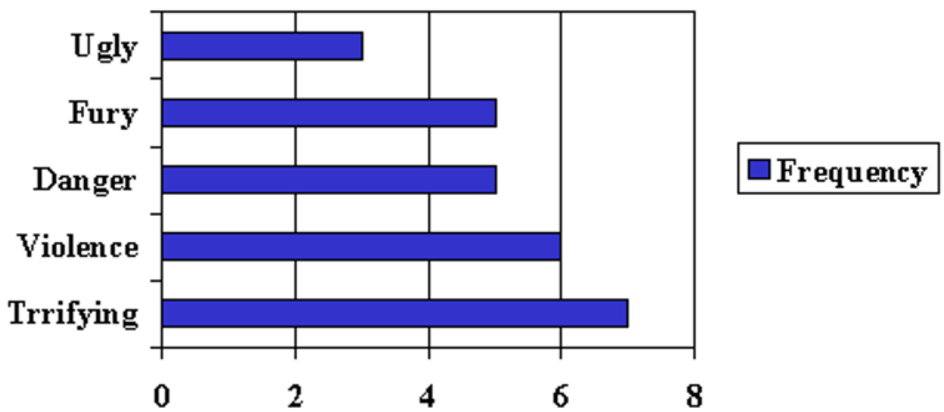
1- إشمئزاز
2- خوف

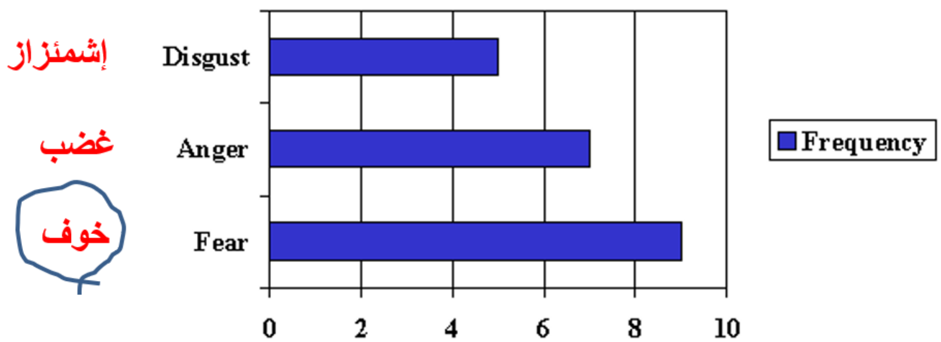


خطر

مرعب

مخيف





وهو ما يجعلنا مطمئنين حيال المسار الذي عمدنا اليه في تناولنا لموضوع كتابنا هذا، في أن أي كتاب، من الممكن أن نحول مضامينه وأفكار ما يطلقه الكاتب نحو منتجات وتصاميم.

والحمد لله رب العالمين



www.qeam.org

www.zumord.net

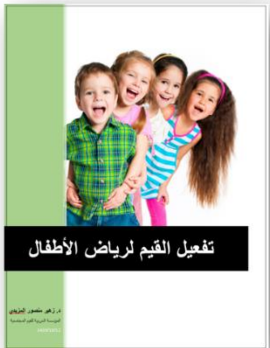
zumord123@gmail.com

تطبيقات

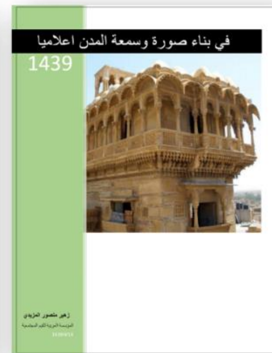
رعاية

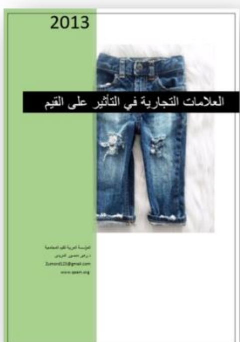
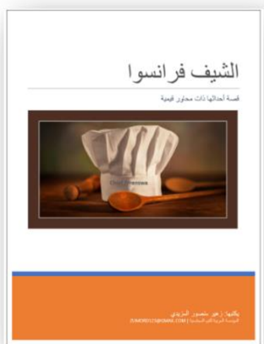
المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

كتب للمؤلف


تفعيل القيم لرياض الأطفال

تاملت 2
بقلم زهير منصور المزيدي

تحويل الكتاب المقروء لمنتجات
COFFEE
Zuhair
د.زهير المزيدي

في بناء صورة وسمعة المدن اعلاميا
1439

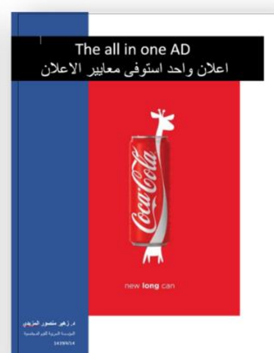

2013
العلامات التجارية في التأثير على القيم

الشيف فرانسوا

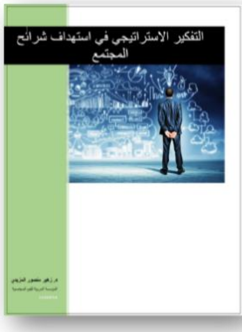
وإن من شيء إلا يسبح بحمده

المسؤولية المجتمعية للشركات


A smart AD strategy
اعلان واحد استوفى الاستراتيجية التسويقية
OPEN AT NIGHT

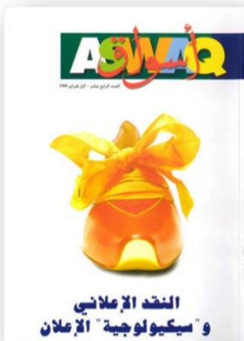
Halal
تسويق الحلال

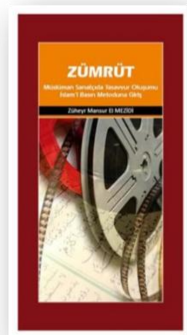
آلية وتشكيل وصناعة العلامة التجارية في عالم التسويق

The all in one AD
اعلان واحد استوفى معايير الاعلان
new long can


التفكير الاستراتيجي في استهداف شرائح المجتمع

نجومية الرياضة والقيم

في إستنساخ فكر العظماء

نماذج من أنماط بناء القيم في الحياة

ASWAQ
أسواق
النقد الإعلاني
و"سيكيولوجية" الإعلان

ASWAQ
أسواق
أهمية استخدام الوجوه
في الحملات الإعلانية

ZÜMRÜT

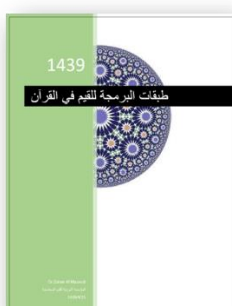
قوة العلامات التجارية
د. زهير منصور المزيدي

Exploring values
2010

Social marketing
التسويق المجتمعي
2013

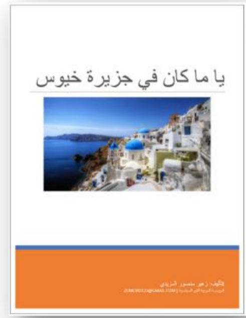
Transforming values into products
تحويل القيم والمفاهيم لمنتجات
2011

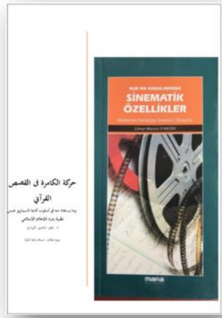
Acting values process
2018

Conceptualizing
صيد المفهوم
2012

1439
طبقات البرمجة للقيم في القرآن

2012

برمجة القيم عبر مناهج التعليم


يا ما كان في جزيرة خيوس


SİNEMATİK ÖZELLİKLER
mana
حركة الكاميرا في القصص القرآني


بسم الله الرحمن الرحيم
رواية بعنوان "منطق الطير"
تأليف: د. زهير منصور المزيدي (2012)


تأملتُ
زهير منصور المزيدي
4


تحويل المشاعر إلى منتجات
د.زهير منصور المزيدي
أكتوبر 2013


مقدمة في تفعيل الحواس
2014


Perception endix & values
مؤشر الإدراك والقيم
2013

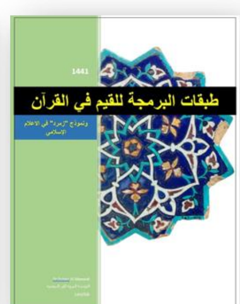

Acting values process
الكتاب الجامع لتفعيل القيم للمزيدي
2018


Social marketing
التسويق المجتمعي
2013


تحويل القيم والمفاهيم لمنتجات
Transforming values into products
2020


استكشاف القيم
Exploring values
0220


Acting values
تفعيل القيم وممارستها
2020


1441
طبقات البرمجة للقيم في القرآن


صناعة المسؤولية


صناعة التكامل


التجسير صناعة .. للتعايش

المؤلف في سطور



د. زهير منصور المز يدي

المواقع الالكترونية:

www.zumord.net

www.qeam.org

تطبيقات APPS:

1- زهير المزيدي (زمرد)
2- برامجنا التدريبية

سنوات الخبرة:

أكثر من 30 عاما في مجال تخطيط وتصميم وتنفيذ الحملات الإعلانية والإعلامية والتسويق والإنتاج التلفزيوني والتأسيس للهيكلة الإعلامية والعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية أو الشركات الخاصة.

الخبرات العملية:

1. مؤسس إدارة العلاقات العامة والإعلام في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب 1984.
2. مؤسس ورئيس مجلس إدارة شركة T.C للدعاية والإعلان (1985).
3. مؤسس إدارة الإعلام في بيت التمويل الكويتي 1986.
4. مؤسس لشركة الرؤية والكلمة المتخصصة في إنتاج الأفلام الدعائية التلفزيونية.1991
5. رئيس تحرير مجلة أسواق. (إعلانيه تسويقية أكاديمية) تصدر في الكويت. 1994
6. مؤسس ومدير عام شركة سبوت لإدارة الإعلان التجاري في تلفزيون دولة الكويت (1995)، القنوات التلفزيونية الثلاث، العامة والرياضية والاجنبية.

7.مؤسس ومدير عام مؤسسة "الإعلاميون العرب " للاستشارات الإعلامية والتسويقية 2000
8.رئيس مجلس إدارة مبرة المؤسسة العربية للقيم المجتمعية – 2008
9.خبير إعلامي معتمد لدى غرفة تجارة وصناعة الكويت 2001.

العضوية في الجوائز الدولية:

1. عضو لجنة التحكيم جائزة الإعلان الدولية الامريكية I.A.A عام 1996
2. عضو لجنة التحكيم لجائزة لندن الدولية للإعلان عام 1999 – لندن.
3. عضو لجنة التحكيم لجائزة الابداع الإعلاني، جامعة الكويت.
4. عضو لجنة تحكيم جائزة (كريا) الاعلانية لمجلة أراب آد Arab AD اللبنانية
5. عضو لجنة تحكيم جائز (سوبر براند) البريطانية 2010
6. يتمتع بالعضوية في عدد من الجمعيات الإعلامية الدولية: جمعية الإعلان الدولية - جمعية التسوق الخليجية - جمعية التسوق الأمريكية.

حيازة الجوائز والمناصب الدولية:

1. حائز على عدد من الجوائز الدولية في مجال الإعلان أبرزها الجائزة العالمية للإعلان عن الشرق الأوسط وأوروبا - برشلونة 1992.
2. رشح لمنصب نائب رئيس مجلس إدارة فرع الكويت لجمعية الإعلان الدولية، الجمعية التابعة لأكبر منظمة إعلانية امريكية-1996
3. عضو مؤسس للاتحاد الكويتي للإعلان 1999
4. قلد جائزة منتدى الاعلام العربي، للجامعة العربية، كمؤسس للصناعة الاعلانية في الكويت 2013

المؤلفات:

1. مقدمة في منهج الإبداع - الكويت 1984، دار ذات السلاسل للنشر، تم اعتماد الكتاب كمنهج تدريسي في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب 1985، واعتمد كمقرر تدريسي في إحدى الجامعات الآسيوية.
2. الجامعات المفتوحة في العالم وأضواء على انشاء جامعة مفتوحة لدول مجلس التعاون الخليجي - مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، 1985
3. إنشاء بنك النصوص - 1994.
4. المكتب الإعلامي للتنمية -1995.
5. القوانين الاحترازية في مجالات الإعلام والإعلان في العالم 1994.
6. التسويق بالعاطفة 2006
7. التسويق بالشريحة المستهدفة (شريحة الاطفال) 2006
8. تسويق أنماط الحياة 2006
9. التسويق بالحواس الخمس 2006
10. التسويق بالمسؤولية الاجتماعية 2007
11. قوة العلامات التجارية 2010، دار إنجاز للنشر، ومكتبة جرير
12. تفعيل القيم وممارستها 2010 (برنامج معتمد في الجامعة الآسيوية المفتوحة في ماليزيا، وجامعة دار الحكمة في جدة)، ومعتمـــــد في (عشرات االمؤسسة التعليمية دوليا) .
13. استكشاف القيم 2010
14. محفز القيم 2010
15. حركة الكامرة في القصص القرآني 2010 (باللغة التركية)
16. تفعيل الحواس 2012
17. تحويل القيم إلى منتجات 2013
18. تحويل المشاعر إلى منتجات 2014

19. في استنساخ فكر العظماء 2014

البرامج الاذاعية والتلفزيونية:

1- 600 ساعة إذاعية مع إذاعة دولة الكويت، سلسلة توثق صناعات الإعلان والتسويق والعلاقات العامة.
2- استضافات عبر محطات إذاعية وتلفزيونية - قطر، دبي، وتركيا TRT

في مجال إبداع المشاريع الاجتماعية Social innovations:

1- مشروع "غراس" للوقاية من آفة المخدرات، عبر تشكيل مجلس بعضوية وزارات الدولة وجمعيات المجتمع المدني ومؤسسات القطاع الخاص في دولة الكويت،1999-2005، أشادت ملكة السويد بنتائج المشروع ضمن جولتها في معرض دولي بما حققه المشروع من نتائج، ولم تحققه مشاريع مماثلة على نطاق أوروبا.
2- مشروع " وقف الأرشيف الإعلاني" للجامعة الافريقية العالمية في السودان، لنقل خبراتنا في تدشين وإدارة جوائز الإعلان الدولية عبر طلبة كلية الإدارة والتسويق.2017
3- مشروع "سما" سوق منتجات الايتام، مقدم لبيت الزكاة الكويتي، لتعزيز مفهوم الإنتاج في مراكز الايتام وجعلها مراكز لموارد ماليه عوضا أن تكون مراكز للإنفاق فقط.2016
4- مشروع "سمر" سوق منتجات القرآن، مع مجموعة من القرى اليمنية، عبر حلقات تحفيظ القرآن، للارتقاء بالحافظ كي يكون مشغلا لقيم القرآن ومفاهيمه، لا حافظا فقط، عبر برنامج أدرناه دوليا بعنوان "تحويل القيم لمنتجات" ما تمخض عن نواة لسوق للمنتجات، وعوائد ماليه يستفيد منها سكان القرى.2017
5- مشروع "أسوار" لشبكة بسواعد شبابية من مختلف دول العالم، لدعم قضايا العمل الإنساني والحث عليه بشكل تطوعي.2017
6- إطلاق مشروع (تأملت)، عبر موسوعة من 100 جزء، لتعزيز مفاهيم القيم الإنسانية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أسبوعي.
7- مشروع الجامعة الخليجية المفتوحة، 1986 مؤسسة الكويت للتقدم العلمي
8- توقيع عشرات مذكرات التفاهم في مجال التعاون المشترك مع جامعات ومؤسسات المجتمع المدني ومؤسسات تعليمية على نطاق دولي، بهدف تفعيل عمليات التشبيك واعتماد برامج المؤسسة العربية للقيم المجتمعية.
9- المشرف على تقديم دبلومين للقيم في جامعة دار الحكمة في المملكة العربية السعودية 2019-2020

في مجال الاستشارات:

1. مستشار إعلامي لبعض مكاتب " الديوان الأميري " مكتب الشهيد - الكويت.
2. مستشار الشركة الكويتية للحاسبات 2000
3. مستشار شركة "حرف" إحدى شركات "صخر" الكويت – مصر 2000
4. مؤسس الاعلام والتسويق في بيت التمويل الكويتي. 1986-2003
5. مستشار إعلامي لبيت التمويل الكويتي التركي ،1987
6. قدم الاستشارات لقنوات تلفزيونية دولية كقناة الجزيرة 1997 في قطر، وقناة الرسالة في السعودية.
7. مستشار شركة مستشفى المواساة القابضة 2002-2004
8. مستشار "المركز العلمي " 2003، إحدى شركات مؤسسة الكويت للتقدم العلمي.
9. مستشار اسم الرواج التجاري لشركة الشرقية للاستثمار 2005
10. مستشار مجموعة مدارس IPE (عربية وأجنبية وثنائية اللغة) 2005
11. مستشار اسم الرواج التجاري لشركة الامتياز للاستثمار 2006
12. مستشار التسويق لدى معهد الكويت للأبحاث العلمية 2007، 2009
13. مستشار مركز الكويت للتحكيم التجاري، غرفة تجارة وصناعة الكويت، 2007
14. مستشار وزارة الصحة، المملكة العربية السعودية، مركز الطب الطبيعي 2009
15. مستشار اسم الرواج والتسويق لمركز صباح الاحمد للموهبة والابداع 2011، ثم مستشار العلاقات الدولية 2015
16. مستشار بلدية إمارة عجمان، الامارات العربية المتحدة 2012

17. مستشار للجمهورية التركية 2012 في (World political conference)
18. مستشارا للعديد من الشركات الاعلامية والوكالات الاعلانية في الكويت والخليج.
19. مستشار تسويق لمجموعة شركات تجارية وعقارية واستثمارية وللعديد من الشركات التمويلية والخـدمية.